Afluencia masiva de turistas en lagos y montañas

Autor(en): **Wenger, Susanne / Lettau, Marc**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero**

Band (Jahr): **46 (2019)**

Heft 5

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-908305

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

A marchas forzadas por las calles de Lucerna: esta ciudad del centro de Suiza es muy popular entre los grupos de viajeros de China, lo cual no es del gusto de todos los habitantes.
Foto Keystone

Afluencia masiva de turistas en lagos y montañas

No sólo la famosa ciudad italiana de Venecia registra una afluencia masiva de turistas. En ciertas localidades suizas, como Lucerna e Interlaken, también puede hablarse de "sobreturismo". En cambio, otras regiones del país siguen a la espera de visitantes y no pocos hoteles se ven obligados a cerrar.

SUSANNE WENGER

Gracias a sus maravillosos paisajes alpinos y sus ciudades que invitan a la compra, Suiza es un destino atractivo para los viajeros. En 2018, la hostelería suiza registró un récord de 38,8 millones de pernoctaciones, lo que demuestra que el turismo suizo se ha recuperado tras unos años difíciles. Desde 2008 se habían hecho sentir los estragos de la crisis económica y financiera, a lo que se sumó, hace cuatro años, el shock del franco suizo: tras el abandono del tipo mínimo de cambio frente al euro por parte del Banco Nacional y la revaluación del franco, Suiza se había vuelto demasiado cara, sobre todo para los visitantes europeos. Los responsables del turismo hacían previsiones sombrías. Sin embargo, el número de turistas ha vuelto a aumentar, y en algunos lugares este auge ha sido tan intenso que la población empieza a manifestar su descontento.

Es justamente lo que ocurre en Lucerna, junto al lago de los Cuatro Cantones, con vistas a las montañas y con su famoso Puente de la capilla. Aquí se cuentan más de 20 000 visitantes al día en temporada alta, entre ellos muchos norteamericanos y grupos de turistas asiáticos. En mayo, 12 000 turistas chinos llegaron casi simultáneamente a la ciudad. Fue el grupo de visitantes más grande que ha llegado hasta ahora a Suiza. La afluencia tiene ventajas, como lo demuestra un estudio de la Escuela Superior de Lucerna. Tan sólo en las tiendas de relojes, joyería y souvenirs ubicadas en la plaza central de Lucerna, donde se estacionan los autobuses, los grupos de turistas generaron en 2017 ingresos de 224 millones de francos: una cifra impresionante, incluso para Suiza.

El Parlamento local reacciona

Pero mientras que los ingresos se disparan, los habitantes se molestan por el tráfico y el bullicio en el casco urbano. Se quejan de que la oferta en las tiendas sólo se orienta a los turistas. La situación se ha convertido en asunto político. El Parlamento de Lucerna aprobó hace poco una iniciativa de los Verdes que prevé medidas drásticas, como una regulación a través de los precios y un tope en el número de camas de hotel. El gobierno municipal pronto deberá definir su concepción del turismo para el año 2030, pues es probable que la afluencia continúe en aumento. "La causa principal del turismo de masas son los crecientes flujos de turistas a nivel global", comentó Jürg Stettler, investigador de turismo de Lucerna, en una entrevista que concedió a *Panorama Suizo* (ver página 8).

También en la cercana montaña Rigi, los habitantes sienten el peso de las masas. El año pasado, los trenes del monte Rigi transportaron casi a un millón de personas, otro nuevo récord. Además de los suizos, también grupos de turistas de China y Corea del Sur visitan el Rigi. Los ferrocarriles tienen planes de ampliación, pero esto suscita resistencias. En una petición, miles de personas, entre ellos algunos famosos como el humorista Emil Steinberger, pretenden evitar que el Rigi se convierta en un "Disney World" (véase también *Panorama* 4/2018). La protesta tuvo éxito. Los vecinos, los municipios y los responsables del turismo firmaron hace poco la Carta "Rigi 2030", en la que se comprometen a adoptar un desarrollo sostenible para esta popular montaña.

Árabes adinerados

Interlaken, en el Oberland Bernés, también ha experimentado en los últimos años un notable incremento de su afluencia turística. Además de los asiáticos que viajan cómodamente en tren hasta el Jungfraujoch –Patrimonio Mundial de la Unesco– a 3 000 m de altitud, llegan muchos árabes a este popular destino situado entre el lago de Thun y el de Brienza. Los adinerados turistas procedentes de los países del golfo Pérsico viajan individualmente: un turista árabe gasta 420 francos al día, sin contar el hospedaje. En comparación, un visitante chino gasta 380 francos, y uno suizo, 140. Casi el noventa por ciento de quienes trabajan en Interlaken viven del turismo. No es de sorprender que se busque afanosamente el lucrativo mercado de Oriente Próximo.

Sin embargo, aquí la población también muestra "efectos de saturación", como indica un estudio de la Universidad de Berna. Algunas turistas árabes llaman la atención por su velo integral. A diferencia de lo que ocurre en el Tesino, en el cantón de Berna no está prohibido el nicab, aunque sí provoca asombro. Para evitar malentendidos interculturales, la organización turística de Interlaken apuesta por la información: el personal turístico recibe una formación especial, los visitantes árabes que desconocen las costumbres locales disponen de un punto de contacto y una guía informativa en la que se les explican, entre otras cosas, las reglas de tráfico, ya que suelen viajar en coches de alquiler.

"Un fenómeno muy puntual"

Debido al impacto de las redes sociales, hasta los lugares más alejados alcanzan fama mundial. Tal es el caso del hostal alpino Aescher-Wildkir-

Un ejemplo: China

El crecimiento económico y la mayor libertad para viajar hacen que cada vez más chinos se desplacen por el mundo. Este fenómeno se percibe también en Suiza. En 2005, los turistas chinos reservaron 17 500 noches de hotel, y en 2018 casi 147 300. Los expertos en turismo esperan que esta tendencia continúe, pues actualmente sólo el diez por ciento de los 1 400 millones de chinos cuentan con un pasaporte. (SWE)

“Todos quieren ir a los mismos lugares”

El auge de los mercados asiáticos, las redes sociales y el comportamiento típico de los turistas: según Jürg Stettler, investigador de turismo de Lucerna, éstas son las principales causas del turismo de masas.

Panorama Suizo: Señor Jürg Stettler, ¿existe “sobreturismo” en Suiza”?
Jürg Stettler: En algunos lugares sí existe una tendencia similar a la que se observa en los muy sonados casos de Venecia, Barcelona y Ámsterdam, aunque todavía no en la misma medida. Pero no existe un valor umbral objetivo. Podemos medir indicadores, como el número de turistas en relación con la población. Pero determinar cuándo se alcanza el límite del “sobreturismo” es una cuestión subjetiva, que depende de la perspectiva que se adopte. “Esta ya no es mi ciudad”, afirman los habitantes de Lucerna e Interlaken, mientras que los dueños de las tiendas de souvenirs se alegran de esta afluencia de turistas.

Gentío, falta de viviendas, tiendas de souvenirs en todas partes: ¿no se puede definir el “sobreturismo” por sus consecuencias?
Sí, éstos son algunos criterios; pero estos criterios también se perciben de diferente manera. Y en las ciudades tampoco existe un problema de “sobreturismo” generalizado. Estuve el año pasado en Venecia, en una conferencia. “¿Venecia en temporada alta? ¡Qué horror!”, pensé por lo que había oído en los medios de comunicación. Y en efecto algunos lugares estaban abarrotados a ciertas horas; pero me sorprendió encontrar lugares muy tranquilos a dos pasos del bullicio.

¿Exageran los medios de comunicación con el “sobreturismo”?
No; pero a menudo simplifican el debate y no se basan en los hechos. Faltan datos para emitir un juicio válido. No quiero restarle importancia al fenómeno, sino tan sólo apreciarlo desde una perspectiva más amplia.

¿Cuáles son las causas del turismo de masas?
En primer lugar, los crecientes flujos de turistas a nivel global. En los grandes mercados, como China e India, cada vez más gente puede viajar. A esto se suma que todos quieren ir a los mismos lugares. Esto no es nada excepcional: los suizos hacemos lo mismo; pero la cantidad puede crear problemas. Otra causa son las redes sociales. Los turistas publican sus fotos en Instagram, comparten listas de sitios que “no hay que perderse”: esto hace que más gente viaje a estos lugares.

Cobrar por las entradas, encarecer los aparcamientos, desviar los flujos de turistas, restringir Airbnb: ¿qué medidas son efectivas?
Muchas medidas no son factibles en las ciudades históricas, o su efecto es limitado. Cada destino debe decidir más bien qué tipo de turismo desea recibir. Deben involucrarse todas las partes interesadas, para que exista una acción coordinada. El director de turismo de Lucerna puede seguir apostando por el turismo de alta calidad, pero si un tren de montaña o una tienda de relojes negocia contratos favorables con operadores turísticos chinos, no habrá grandes cambios. No es fácil gestionar los grupos de interés, pero no veo otra alternativa. De lo contrario, surgirá una oposición al turismo, por parte de la población, por parte de los políticos. Y entonces se tomarán medidas drásticas, como la prohibición de Airbnb.

Datos personales:
Jürg Stettler es docente en la Escuela Superior de Lucerna, donde dirige el Instituto de Economía Turística.

¿Qué destinos no abarrotados recomienda usted a los suizos en el extranjero que deseen pasar sus vacaciones en Suiza?
En todos aquellos lugares a los que sólo se puede acceder a pie o en bicicleta existe una gran probabilidad de descubrir lugares preciosos, totalmente desiertos a ciertas horas. Un ejemplo es Fräkmüntegg en el Pilatus, entre los cantones de Lucerna y Nidwalden. Quienes suban allí antes de la puesta del sol encontrarán tranquilidad y bellas vistas. ¡Pero, por favor, no publiquen ninguna foto en Instagram!

chli, en el cantón de Appenzell Rodas Interiores, fotografiado por turistas Instagram del mundo entero. El pequeño hostal sucumbió ante la afluencia de turistas, obligando a sus gerentes a cerrarlo en 2018. Debido a situaciones como ésta, el llamado “sobreturismo” y sus efectos negativos ocupan cada vez más el centro de los debates. Incluso la Asociación Suiza de Turismo, que representa los intereses de este sector, elaboró hace poco una declaración de posición al respecto. Pero el representante de la asociación, Robert Zenhäusern, relativiza el problema: “El fenómeno sólo se presenta en Suiza de forma puntual, en unos pocos lugares”.

Zenhäusern afirma que los turistas se distribuyen en Suiza de forma desigual. Ciertas zonas montañosas del Valais y de los Grisones, apartadas de los circuitos de los operadores turísticos internacionales, todavía no atraen a suficientes visitantes. La demanda de los europeos sigue siendo menor que antes de la crisis. Según Zenhäusern, esta situación debe revertirse, pues la otra cara del “sobreturismo” se ve claramente en algunas

regiones. Según datos de *Hotelleriesuisse*, cada año cierran casi cien hoteles en Suiza, debido al parecer a sus márgenes de ganancia demasiado reducidos. Además, en algunos lugares faltan inversores para sanear la infraestructura turística. No cabe duda de que cuando un hotel o un tren deja de operar, esto afecta gravemente la economía de un área montañosa. Se exige un mayor apoyo estatal, pero el sector turístico opina que Suiza también debe estar preparada para hacer frente al auge mundial del turismo. Para evitar aglomeraciones excesivas en las horas pico y no abusar de la tolerancia de la población, el sector apuesta por una mejor gestión de los flujos de turistas: en lugar de hacer de Suiza un destino exclusivo de invierno o de verano, por primera vez se promueve ahora la temporada otoñal.

Fue gracias a Instagram como de pronto se conoció en todo el mundo la pequeña posada Aescher, en los Alpes de Appenzell.
Foto Keystone

En Schwefelbergbad, el hotel-spa cerrado ilustra la otra cara del boom: en las regiones periféricas cierran cien hoteles cada año.
Foto Danielle Liniger

A la "Quinta Suiza" le encanta viajar

No todos quienes viajan a Suiza buscan lo nuevo; también hay muchos que buscan lo antiguo. O, dicho de otra manera, visitan su antigua patria. Entre los visitantes hay decenas de miles de suizos en el extranjero que viajan para refrescar su relación con Suiza. No hay cifras exactas, ya que las estadísticas turísticas registran el país de origen de los viajeros, mas no su relación con Suiza.

Sin embargo, una encuesta realizada por la Organización de los Suizos en el Extranjero entre 35 000 personas arroja valiosa luz sobre este punto: el 68 por ciento de los encuestados respondieron que viajan a Suiza una o varias veces al año; casi la tercera parte afirmó viajar tres veces o más a Suiza; y una décima parte visita Suiza, como mínimo, cinco veces al año. Con una cifra actual de 760 000 suizos en el extranjero, cualquier extrapolación permite concluir que la "Quinta Suiza" forma un grupo de visitantes muy nutrido.

Desde el punto de vista económico, los huéspedes de la "Quinta Suiza" representan, sin duda alguna, un factor muy importante para la industria turística. Mientras que los turistas extranjeros permanecen menos de tres noches en Suiza (2,1 noches en 2017), los de la "Quinta Suiza" se toman más tiempo. Una mayoría clara permanece ocho días o más, la cuarta parte más de dos semanas. Su comportamiento en cuanto a souvenirs es "clásico": compran sobre todo chocolate, queso, vino y relojes. No son tan importantes para la hostelería, pues la mayoría de ellos duermen en casa de amigos o de parientes.

Hay un motivo principal para los viajes de los miembros de la "Quinta Suiza": nada fortalece más los lazos con Suiza que visitarla regularmente, como se desprende claramente de la encuesta. Para mantener estos lazos, el segundo puesto corresponde a la lectura de"Panorama Suizo". El tercer puesto le corresponde a la participación política, aunque debe tenerse en consideración que la encuesta se realizó antes de que se cuestionara la votación electrónica.

MARC LETTAU