

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 40 (2013)
Heft: 5

Artikel: Del mundo de los glaciares al parque de atracciones
Autor: Mooser, Hubert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908442>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

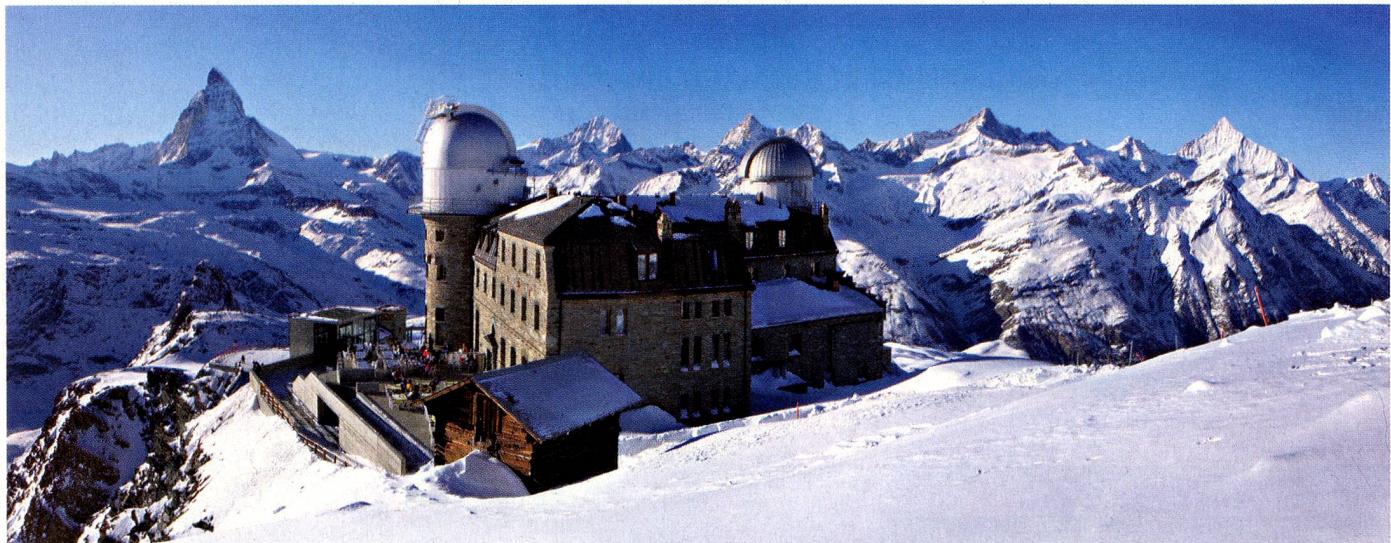
Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Del mundo de los glaciares al parque de atracciones

El turismo en Suiza atraviesa tiempos difíciles: para los clásicos clientes europeos, la fortaleza del franco es una razón para esquivar nuestro país, y para los nuevos clientes, sobre todo asiáticos, hacen falta nuevas ofertas.

Por Hubert Mooser



El Jungfraujoch, a 3471 metros de altitud, es la estación más alta de Europa y el portal de entrada a un impresionante mundo de glaciares y montañas, también para no alpinistas. En días soleados el gentío es enorme en esa zona. Y para evitar que los visitantes no se amontonen demasiado, los ferrocarriles del Jungfrau sólo autorizan la subida de un máximo de 5000 personas al día hasta el „top of Europe“. Allí arriba, entre el Mönch y el Jungfrau, el turismo internacional, siempre en aumento, muestra su verdadero rostro: desde hace tiempo ya, los japoneses son parte del paisaje de montañas y últimamente se ven cada vez más visitantes de India, China y los ricos Estados del Golfo. Para el turismo suizo, estos países son los nuevos

mercados en crecimiento, junto con Rusia, Brasil y Australia. Los medios agasajan a los visitantes asiáticos como si fueran los salvadores del turismo, pues gracias a ellos, en el primer semestre de 2013, las pernoctaciones han aumentado un 7,4%. En el caso de los turistas chinos, aumentaron incluso un 22%. Aun así, estos éxitos contrastan claramente con el ambiente que reina hoy en las estaciones de deportes de invierno: allí el negocio se mantiene a duras penas con la clientela tradicional y solvente de países de la UE, como Alemania o Francia.

El factor climático

Nadie como Urs Eberhard, Subdirector de Suiza Turismo y Director de Mercados y

Reuniones, sabe mejor hasta qué punto son importantes los turistas europeos para el sector turístico: „Estos clientes siguen siendo con gran diferencia los que reservan la mayor parte de las pernoctaciones en hoteles“, dice. De los clientes de Australia, Brasil, China, los Estados del Golfo, India, Indonesia, Corea, Malasia, Rusia, Singapur, Taiwán y Tailandia procedían en 2012 cerca del 10% de las pernoctaciones en hoteles suizos. Turistas de los países vecinos, el Benelux y Gran Bretaña, constituyan en 2012 más del 30% y los suizos un 45%. Muchos turistas de estos países eligieron en los últimos años otros destinos más económicos, por la fortaleza del franco. Desde 2008, la cifra de pernoctaciones en hoteles ha retrocedido un escaso 7%, lo que afecta especialmente al turismo de vacaciones en los Alpes.

Pero hay otras tendencias que preocupan aún más a los promotores turísticos: el cambio climático, por ejemplo. Si se derriten los glaciares, se pierden atracciones turísticas. El caso del glaciar del Ródano, en lo más alto del cantón del Valais, es particularmente impresionante. Su volumen mengua cada año. Con ello disminuye la seguridad de la nieve en centros turísticos a menor altitud y aumentan los peligros potenciales de catástrofes naturales. A esto se suma un



El maravilloso panorama de los Alpes desde el Gornergrat (véase foto superior) y las impecables pistas de esquí ya no son suficientes para los turistas

desinterés creciente por el esquí. Norbert Patt, Director de los Ferrocarriles del Titlis en Engelberg, dice que el mercado es duro y cada vez más pequeño – también por el desarrollo demográfico. La generación de los baby boomers se está jubilando y en vez del esquí prefieren el senderismo y el golf. Pero la mayoría de los ferrocarriles de montaña vive del turismo de invierno; entre el 90 y el 95% del volumen de negocios de los ferrocarriles de montaña se genera en invierno. „En el futuro, tendremos un exceso de capacidades porque las estaciones de esquí no cerrarán pese a haber menos esquiadores“, dice Patt. Además, aumentan las exigencias de calidad de los clientes y la competencia del extranjero. La aprobación de la iniciativa de las segundas residencias en marzo de 2012, que limita la construcción de viviendas de vacaciones, ha acentuado las dificultades estructurales de las regiones turísticas alpinas.

Apoyo del Consejo Federal

Así pues, a las regiones turísticas alpinas y a los ferrocarriles de montaña les esperan malos tiempos. En los más altos niveles se piensa en otorgar ayudas. El consejero federal Johann Schneider-Ammann, ministro suizo de economía, se plantea la posibilidad de conceder 200 millones de francos para apoyar a este sector. Su diagnóstico: la industria turística suiza es demasiado cara a nivel internacional y está organizada a una escala demasiado pequeña. Efectivamente, en toda Suiza se ocupan del turismo 561 organizaciones, y el 90% de los hoteles tienen menos de 50 camas. En el sector turístico se vacila entre consignas para resistir, campañas de hospitalidad y la reivindicación de cambios más radicales. El Director del „Foro Turístico de las Regiones Alpinas“, Roland Zegg, dijo recientemente en una entrevista que los deportes de invierno deberían aceptar que „los mercados tradicionales están estancados o en parte incluso en retroceso“. Opina que simplemente hay que ignorar a los que afirman que esquiar ya no está de moda. Lo que hay que hacer es redefinir las ofertas, ofrecer algo atractivo, innovador, que aporte disfrute y desaceleración – sobre todo si no se dispone de un Cervino.

Una sorprendente reivindicación procede de Peter Bodenmann, ex Presidente del partido socialdemócrata y consejero nacional, hoy hotelero en Brig: el Estado debe obligar a los hoteleros y a los propietarios de casas

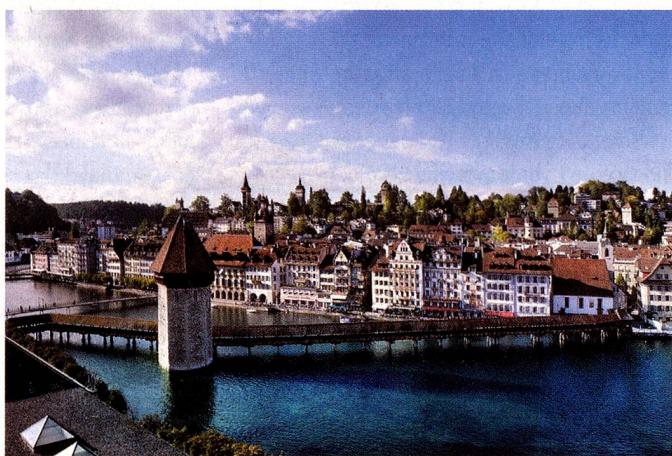
de vacaciones a comprar abonos anuales de los ferrocarriles de montaña, afirma. En su opinión, con ello se ocuparían las camas, se llenarían las estaciones de esquí y se lograría abaratar los costos de las vacaciones de esquí.

Guglielmo Brentel, Presidente de Hotelieriesuisse, critica sin disimulo al sector: „Aquí hay hoteles miserables, y tienen que desaparecer“. Suiza Turismo encara esta cuestión de otra manera: se ha lanzado un Óscar a la hospitalidad, que en el futuro se

concederá a los hoteles más acogedores de Suiza.

Antes, la naturaleza colmaba las expectativas de los turistas

Está claro que los hermanos Johann Rudolf y Hieronymus Meyer no contaban con el „alud“ que estaban desencadenando cuando el 3 de agosto de 1811 ascendieron a la cumbre del Jungfrau, a 4158 metros de altitud, con los guías Joseph Bortis y Alois Volken. La ascensión fue como el comienzo del turismo alpino



Generalmente, los asiáticos quieren ver el mayor número posible de atracciones turísticas en muy poco tiempo: las ciudades de Berna y Lucerna, así como la subida en tren al Jungfraujoch, raramente faltan en las ofertas turísticas

GRAN POPULARIDAD DE LOS PARQUES NATURALES

El valle Binn es conocido en el mundo entero por sus minerales. Este tranquísimo valle lateral del Valais donde en los años ochenta el cineasta suizo Claude Goretta rodó la adaptación cinematográfica de la novela de Charles-Ferdinand Ramuz «Si le soleil ne revenait pas» (Si el sol no volviera a salir), apuesta por un turismo sostenible. Con un gran



amor por el detalle se renovó por ejemplo el Hotel Ofenhorn, de la Belle Epoque, hoy considerado un monumento. El reconocimiento del valle de Binn en 2011 como parque natural regional fue un golpe de fortuna para el hotel, pues atrajo la atención nacional e internacional. „En los últimos seis o siete años logramos duplicar nuestra cifra de negocios“, dice Andreas Weissen, Presidente de la organización „Pro Binntal“ (Pro Valle de Binn), que hace años revitalizó el establecimiento. En los pasados años, Weissen fue gerente de la red „Schweizer Pärke“ (Parques suizos). Y dice que los paisajes de los parques son una oportunidad, pero hay que sacarles provecho. El mayor potencial de futuro lo ve en el turismo natural y cultural. El que dichos paisajes de parques valen la pena queda también demostrado en un nuevo estudio: el 16% de los visitantes en Entlebuch, donde también hay un parque natural, acudieron a esa región por esa reserva. También el Parque Nacional de la Baja Engadina es decisivo para el 35% de los visitantes. Actualmente, además del Parque Nacional hay 14 parques naturales regionales y un parque de experiencias naturales, apoyados financieramente por la Confederación.

en Suiza. El auténtico boom comenzó entre 40 y 50 años después con alpinistas ingleses como Edward Whymper, que en 1865 fue el primero en coronar el Cervino. Pero sólo escalando montañas no se hacían grandes negocios. Así que hubo que encontrar el método adecuado para transportar también a los no alpinistas a regiones alpinas muy elevadas. En 1869 surgió por primera vez la idea de construir un ferrocarril para subir hasta el Jungfrau. La época era favorable para proyectos de este tipo, puesto que en Suiza reinaba una especie de entusiasmo, una creencia de que todo era factible, y la apertura de los valles alpinos gracias al ferrocarril dio alas al proyecto. Abundaban los proyectos de construcción de ferrocarriles: en 1866 comenzó a construirse en Lucerna un ferrocarril de Alpnachstad al Pilatus, en 1896 empezaron en Zermatt las obras para la construcción de un ferrocarril en el Gornergrat, y en Martigny, en el Bajo Valais, se construyó el ferrocarril Martigny-Châtelard, para conectar el selvático Val de Trient con la localidad turística francesa de Chamonix, a los pies del Mont Blanc. Tranquilísimos pueblos de montaña como Finhaut se convirtieron de repente, como parte de una estación intermedia entre el valle del Ródano y Chamonix, en elegantes lugares turísticos con lujosos hoteles. Hacia finales del siglo XIX, Finhaut era el punto de encuentro de la jetset inglesa, a la que en aquel entonces le bastaban la experiencia en la naturaleza y la proximidad de las montañas. Cuando, tras la Segunda Guerra Mundial, el esquí empezó a estar de moda y el turismo estival se convirtió en un negocio secundario, el turismo en Finhaut empezó a caer vertiginosamente.

Creciente importancia del verano

Ahora parece que también el turismo de esquí ha tocado techo, pero Suiza Turismo quiere hacerlo atractivo para los nuevos mercados emergentes. „Hemos definido China y Brasil como posibles mercados de reclutamiento para los deportes de nieve suizos“, dice el subdirector, Urs Eberhard. „Nada más en China hay unos cinco millones de esquiadores activos“. Suiza tiene muy buena reputación en China y es uno de los destinos preferidos entre las estaciones de esquí extranjeras. Actualmente, a los brasileños aficionados a los deportes de invierno les atrae más bien Francia. „Pero pensamos que también tendríamos oportunidades con ellos“, potencial no falta. Según Eberhard, se ve, no obstante, que el turismo estival pisará más fuerte en el futuro,

entre otras razones por los nuevos mercados emergentes – pero también por el cambio climático que se va dejando sentir, dice Eberhard. Y afirma que los Alpes no perderán su fascinación y que el cambio climático podría aportar en regiones montañosas a mayor altitud incluso más turistas en verano – si el calor en las ciudades se hiciera difícil de soportar.

Pero de momento los turistas de los nuevos mercados lejanos sólo visitan unos pocos lugares de Suiza. A marchas forzadas visitan los monumentos y las ciudades conocidas: Zúrich, Lucerna, el Pilatus, Titlis, Interlaken, el Jungfraujoch, el „Zytglogge“ de Berna y Zermatt. Los hoteleros de Zúrich y Lucerna están muy contentos. Zúrich Turismo registró un 20% más de visitantes chinos en el primer semestre de 2013. En la región de Lucerna se registró en el mismo periodo un aumento del 8% de visitantes de China. Pero eso también da lugar a desventajas: en Lucerna aumenta el desasosiego por los numerosos autobuses que atascan las calles y bloquean las plazas. Y Eberhard dice que actualmente la principal motivación de los viajes en grupo la constituyen con toda seguridad los „productos de escaparate“, como llama a los famosos monumentos suizos. Es igual que una visita a París sin ver la torre Eiffel es inconcebible, también es impensable una Suiza sin Lucerna con el Titlis o Interlaken con el Jungfraujoch. Pero cada vez llegan más turistas con experiencia con mayores exigencias de „originalidad“ y „auténticidad“. Según afirma, se pide a Suiza que cree nuevos destinos, rutas y productos de escaparate y los incluya en los catálogos de las agencias de viaje.

Esto conlleva también una cierta presión para los hoteles y las hosterías que se tienen que adaptar. „Si llegan turistas de nuevas culturas, hay que adaptar la oferta“, dice René Klopfer, Presidente de la Asociación de Hoteleros de Interlaken, donde ya tienen experiencia desde hace unos años con clientes de India y Oriente Próximo. Y añade que antes hubo que adaptarse a los ingleses. „Antes tampoco se conocía en Suiza la ceremonia del ‘afternoon tea’ a la inglesa“. Hoy, los nuevos clientes son indios, lo que significa que el bufé del desayuno tiene que tener más productos para vegetarianos – tomates, huevos o pepinos, dice el hotelero René Klopfer. Por su parte, los turistas chinos necesitan mucha agua caliente para preparar las mezclas de hierbas que traen, y el cliente alemán sigue dándole mucha importancia al café y los pas-

teles cuando vuelve de una caminata. Otros hoteles van incluso más lejos: en el Hotel Metropol de Interlaken hay una alfombra con una brújula integrada, para que los clientes musulmanes se orienten sin problemas hacia La Meca durante sus oraciones. Previa petición, se habilita también una sala de conferencias para convertirla en sala de oraciones. „Es un gran reto alojar a varias culturas bajo el mismo techo“, dice Klopfer. A veces hay que hacer malabarismos casi imposibles.

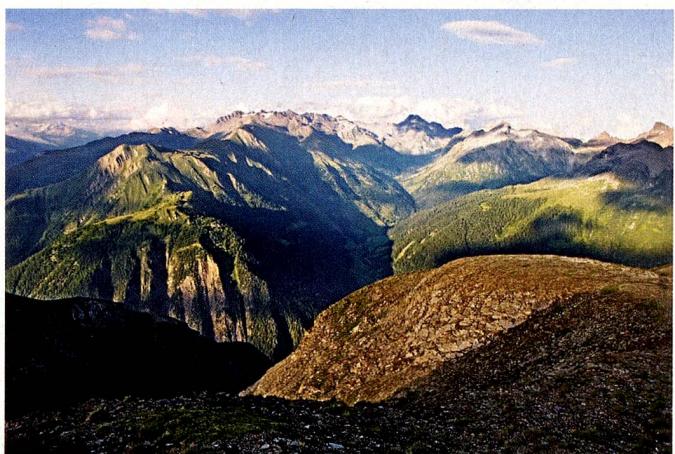
Cuevas de hielo y espectaculares puentes colgantes

También se necesitan ajustes arriba del todo – en las montañas. No basta con transportar a las alturas a un par de turistas indios sin ofrecerles nada especial, dice Patt, de los Ferrocarriles del Titlis. „Los turistas indios no quieren bajar en bicicleta la colina ni hacer senderismo, vienen a Suiza para experimentar la nieve en las montañas“. En los Ferrocarriles del Titlis se apuesta por „sentir la nieve“. Entre otras cosas, se construyó a tal efecto una cueva de hielo en el glaciar – ahora, la cueva tiene tanto éxito que el vaho de los numerosos visitantes derrite el glaciar y tiene que ser refrigerado con máquinas. Con la construcción del puente colgante más alto de Europa, se creó otra atracción, el «Titlis Cliff Walk», que conduce a 3020 metros de altitud sobre un abismo de 500 metros de profundidad, con el fin de atraer a más visitantes.

Están surgiendo nuevas ideas para las regiones de vacaciones como las de Otto Steiner, de Nidwalden, que crea en toda Europa „mundos de experiencias“, para lugares turísticos, con el objetivo de atraer a más visitantes en verano. Steiner es un hombre muy solicitado. En el caso de los ferrocarriles del Jungfrau, diseñó un nuevo recorrido para los visitantes del Jungfraujoch, una espectacular plataforma-mirador para el teleférico Fiesch-Eggishorn.

Pero no todos se dan por satisfechos. En la Fundación para la Protección del Paisaje se observa con creciente preocupación la ampliación de los Alpes para convertirlos en un parque de atracciones. Las regiones turísticas buscaban afanosamente nuevas posibilidades de atraer a nuevos clientes, pues llegan menos esquiadores y hace falta aprovechar mejor las capacidades de los ferrocarriles de montaña, dice Anita Wyss, Directora de proyectos de la Fundación para la Protección del Paisaje. «Hoy, los puentes colgantes se consideran casi una panacea», dice

Atracciones especiales: el «Titlis Cliff Walk» a 3020 metros de altura, el puente colgante más elevado de Europa, y el parque paisajístico del valle de Binn, en el Valais, con una superficie de 180 km²



Wyss. Se piensa que con un puente colgante llegarán los visitantes. Y puede que a medio plazo sea verdad. Pero Wyss duda de que a largo plazo los puentes colgantes atraigan a más visitantes. Efectivamente, cabe preguntarse por qué debería venir alguien varias veces a un valle por un puente colgante.

Incluso el ferrocarril del Jungfraujoch, un éxito turístico garantizado, quiere seguir invirtiendo en los próximos años y llevar todavía a más gente a la montaña. Se están planifi-

cando nuevas vías de acceso que transportarán más rápidamente a la gente a la estación más alta de Europa. En 2012 se registraron 833.000 visitantes. A más tardar tras la ampliación, se podría recibir un millón de visitantes al año. Al menos los ferrocarriles del Jungfrau no tendrán que preocuparse por el futuro.

HUBERT MOOSER es redactor del periódico zuríqués «Tages Anzeiger», natural del Valais y residente en Berna.

CIFRAS SOBRE EL DESARROLLO DE LA HOTELERÍA

La hotelería suiza se ha recuperado ligeramente en el primer semestre de 2013: con respecto al mismo periodo del año anterior, la cifra de pernoctaciones en hoteles aumentó un 1,2% a un total de 17,1 millones. 7,6 millones de ellas fueron de huéspedes suizos, un 0,5% más que en 2012. En el caso de los turistas de Asia, la cifra subió un 7,4%, es decir, en 107.000. Las de China (excluyendo Hong Kong) aumentaron un 22% (+62.000), lo que representa el mayor crecimiento absoluto de todos los países de origen. La hotelería suiza registró cifras muy satisfactorias, con un aumento total de pernoctaciones de huéspedes europeos (excluyendo a Suiza) de 29.000 (un +0,4%), si bien hubo un descenso de los de países importantes para el turismo: Alemania (-2,7%), Holanda, (-3,2%), Italia (-1,2%) y Francia (-0,6%). En los meses de octubre a diciembre de 2012, la Oficina Federal de Estadística (OFE) registró un alza de las pernoctaciones en hoteles del 2,9% respecto a las del año anterior. En 1990 se registró la cifra hasta entonces más elevada, de 35,6 millones, que desde entonces sólo fue superada en 2008.