

CONCLUSIONES

El turismo de montaña es uno de los segmentos más importantes de turismo de ocio y a menudo es la única vía de crecimiento y desarrollo económico en áreas oprimidas de montaña. Por tanto, el estancamiento del turismo de montaña en verano es un importante tema que hemos analizado y debatido en 8º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña de la OMT y el Principado de Andorra.

La principal conclusión del Congreso, que reunió cerca de medio millar de participantes de 31 países, es que las nuevas tendencias del turismo de montaña en verano ofrecen grandes oportunidades de crecimiento a estas regiones y, en un marco turístico favorable, permiten a empresarios innovadores abrir nuevos mercados con nuevos productos.

1. Del viejo al nuevo modelo de turismo de verano en las regiones de montaña

En los destinos de montaña de verano se produce una evolución constante del turismo de masas hacia el turismo multi-nicho.

El turismo de montaña estival seguirá siendo uno de los segmentos más importantes de turismo de ocio, pero no todo el mundo lo practica en los países desarrollados: las familias con niños y las personas mayores no pasan en ningún caso sus tres semanas de vacaciones de verano, o más, en la montaña, y el número de repetidores en estos segmentos de mercado es bajo. El turismo de montaña de verano no es un turismo de masas: va camino de convertirse en una especie de turismo multi-nicho con una fuerte tendencia a la práctica de actividades tradicionales, como el senderismo, y otras nuevas, como la BTT.

Hay razones bien conocidas para el cambio estructural en el turismo de montaña de verano.

El turismo de verano en los destinos de montaña está en fuerte competencia con otros destinos, a menudo más baratos, soleados y accesibles. Hoy en día existen muchas opciones para pasar unas vacaciones de verano con la familia. La montaña en verano tiene una posición de venta más débil que la playa y otras ofertas turísticas. Según una encuesta realizada en Francia, dos tercios de los que viajeros potenciales en verano indicó que prefería la playa a la



montaña. Los productos turísticos estratégicos de montaña en verano, como el alpinismo o el senderismo, son productos maduros.

El turismo de verano se está convirtiendo en una cuestión de atracción por la montaña

El turismo de masas de familias y personas mayores ha terminado. El futuro visitante es un "mountainliker", como reza el título del 8º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, inspirado en los "likes" de Facebook. Con la proliferación de nuevos deportes de ocio y actividades de bienestar alpinas está surgiendo un nuevo turismo de verano: la montaña ofrece productos para todos los tipos de público. La evolución de la "vieja" a la "nueva" era en el turismo de montaña supone un crecimiento cualitativo más que cuantitativo, pero más sostenible. Lo cual evitará en el futuro las bien conocidas externalidades negativas del turismo de masas.

2. Tendencias favorables para el turismo de montaña en verano

Los veranos son cada vez más cálidos y largos en las áreas de montaña.

El calentamiento global está cambiando el clima de montaña: esto hace que las estancias en la montaña sean más agradables, con temperaturas moderadas y frescas. El turismo de verano en las regiones de montaña tiene cada vez más "carácter de playa": las palmeras en lugares públicos con terrazas al aire libre, contribuirán a crear un nuevo ambiente de montaña, donde los visitantes puedan disfrutar del aire puro y fresco, y nadar en las aguas claras de los lagos de montaña.

Existe una demanda creciente por los deportes de montaña y el wellness en entornos naturales.

El deseo de la población urbana de vivir experiencias de ocio en la naturaleza, el auge de la práctica de deportes y actividades al aire libre, de sentirse en entornos seguros, el incremento de gente joven en busca de aventuras en la montaña, y de gente mayor en busca de relax y bienestar, son factores que estimulan la demanda del turismo de montaña en verano.



El turismo de montaña en verano está cada vez más diversificado

El alpinismo y senderismo vuelven a estar de moda: el primero con sus vías ferratas y segundo con un número creciente de refugios de montaña cada vez más confortables, están ganando adeptos. Red Bull organiza eventos de escalada y Prada diseña calzado de senderismo. En

Corea, el senderismo es el deporte al aire libre más popular con un 12% de practicantes entre su población. Nuevos deportes y nichos de aventura como el rafting, el piragüismo o el parapente son cada día más populares. La mountain bike en todas sus variantes es, después de senderismo, el segundo pilar de las actividades de turismo de montaña. Estas nuevas disciplinas deportivas de ocio son mucho más que una simple moda impulsada por la industria de los artículos deportivos. Encontramos gente de todas las edades que buscan una “subida de adrenalina” o el “body feeling” durante sus vacaciones en la montaña.

Las estancias de ocio y trabajo en entornos idílicos de montaña son cada vez más populares.

Muchos de los visitantes potenciales de las áreas de montaña ya no dependen de las vacaciones escolares de verano en las sociedades envejecidas de los países desarrollados, donde el número de niños está disminuyendo. El trabajo y ocio se juntan en la “era del equilibrio vida-trabajo”. Las estancias en la montaña son más cortas pero a la vez más frecuentes. Durante la primavera y el otoño, cuando el paisaje se viste de bellos colores es cuando cada vez más gente acude a la montaña y aprovecha su relajada atmosfera para trabajar. Se benefician de la mejor accesibilidad a los resorts de montaña y de su mejor equipamiento tecnológico en cuanto a conexión y comunicación.

El proceso de globalización tiene como resultado la internacionalización del turismo de montaña.

Cada vez más turistas de países emergentes visitan los picos y los paisajes de montaña de los países desarrollados. Inversores de los países emergentes están financiando la renovación y la modernización de hoteles, balnearios y centros turísticos de montaña, apostando por el futuro del turismo de verano en zonas de montaña.

3. Nuevas soluciones para la promoción del turismo de montaña estival

El nuevo auge del turismo de verano en zonas de montaña no puede ser ignorado ni excluido.

Las actuales infraestructuras turísticas de verano en regiones montañosas fueron creadas por pioneros innovadores independientes hace casi dos siglos, sus primeros beneficiarios fueron las clases altas de la época, hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. Tras un largo periodo de reestructuración, se produjo un segundo auge inesperado gracias a las vacaciones pagadas y a la industria del motor: las familias con niños y las personas mayores sustituyeron al antiguo turismo de clase alta. Un tercer boom será posible cuando emprendedores innovadores sepan aprovechar esta nueva moda y cuando las autoridades promuevan iniciativas hacia un turismo compatible con la explotación económica

Nuevas estrategias para el turismo de montaña en verano.

El largo estancamiento de la montaña del verano en los países líderes del turismo de montaña debería servir de estímulo a las autoridades y al sector empresarial para buscar nuevas estrategias que reinventen el turismo estival en la montaña. No es posible ir en contra de las grandes tendencias que influyen en el turismo de montaña, pero es necesario sumar sinergias para culminar con éxito el proceso iniciado hacia la especialización y diversificación del turismo de montaña en verano. El hecho de que la montaña ofrezca dos temporadas distintas con diferentes productos estratégicos es una ventaja competitiva. Dado que el turismo de montaña estival comienza a menudo en primavera y termina en otoño, se puede considerar como una forma de turismo que es válido durante todas las estaciones.

El turismo de montaña estival debe ser reinventado y posicionado de nuevo en el mercado.

Es importante recordar de una manera constante a los visitantes potenciales los atractivos exclusivos de las montañas: la majestuosidad de sus cimas, sus paisajes excepcionales y la naturaleza en estado puro. Y ello debe hacerse mediante iconos, como las Dolomitas, un escenario único que hace la práctica de actividades deportivas y de ocio más emocionantes. El entorno natural estimula el gusto por las actividades deportivas. El turista debe saber que la montaña en verano cuenta con teleféricos, miradores panorámicos, senderos que bordean crestas y puentes colgantes que facilitan el acceso a la montaña a todos los públicos.



Las nuevas actividades al aire libre deben ir acompañadas por infraestructuras y facilidades turísticas atractivas.

Es importante crear, mantener y señalizar rutas de senderismo por paisajes atractivos de montaña, y es necesario dotarlos de facilidades de restauración y alojamiento. Un buen ejemplo son los refugios de montaña contruidos, mantenidos y gestionados por clubes alpinos, que son asociaciones privadas con miembros voluntarios. El Club Alpino Suizo bautizó a sus refugios y cabañas en las altas montañas como "La Cadena de Hoteles de Montaña a más altura".

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación hacen más emocionante la experiencia en la montaña.

La "Smart Mountain" o montaña inteligente significa que las nuevas TIC sirven para seguir y analizar los flujos de visitantes con la finalidad de adaptar constantemente la prestación de servicios a sus necesidades. La realidad aumentada puede añadir una capa digital a las experiencias de los usuarios que comparten online sus experiencias con su círculo de amigos, motivándolos a participar en estas actividades. También significa que los sistemas de información pueden identificar el lugar donde se encuentran los usuarios para proporcionarles ayuda en caso de necesidad.

El turismo de montaña en destinos tradicionales es en buena parte de gente mayor.

El envejecimiento de los visitantes frecuentes es un serio problema para las pequeñas empresas que operan en la montaña en verano. La puesta en marcha de nuevas actividades y de deportes de aventura y de ocio, ayuda a rejuvenecer la imagen de las estaciones de montaña. Estas nuevas disciplinas necesitan en general, sofisticados equipamientos técnicos que implican importantes inversiones en infraestructuras deportivas y en formación de sus practicantes. Estas actividades deportivas de ocio crean nuevos puestos de trabajo como monitores y guías, al mismo tiempo que incrementan la producción de material deportivo y la facturación de las tiendas de los centros turísticos.

Las montañas se están convirtiendo en destinos de wellness.

El clima y las aguas termales han sido recursos turísticos de las áreas de montaña durante mucho tiempo. El turismo de salud es todavía un activo para el turismo de montaña. El wellness alpino es un concepto holístico que rejuvenece el clima tradicional y el turismo termal en áreas montañosas. Las regiones de montaña atraen a menudo mucho turismo debido a su oferta turística de ocio y relax, que se combina principalmente con visitas culturales y de carácter natural a lugares singulares.

Las estaciones de montaña deben ser más divertidas.

Las estaciones de montaña a menudo no logran crear un ambiente de vacaciones como sí lo hacen muchos centros turísticos de playa, que son su competencia. No es suficiente con llenar los balcones de flores: se debe crear un auténtico ambiente veraniego con cines al aire libre y terrazas en las calles. Eventos culturales, entretenimiento y vida nocturna sirven para potenciar la vida social en áreas de montaña y atraer no sólo a turistas, sino también a propietarios de segundas residencias que optan por alargar e incrementar sus estancias.

El tiempo cambiante en la montaña hace que sea necesario contar con instalaciones cubiertas.

Los centros turísticos han de prever las inclemencias del tiempo. El clima de montaña se caracteriza por los cambios bruscos de temperatura y por las precipitaciones, a menudo en forma de nieve, incluso durante el verano. Por lo tanto, es necesario ofrecer a los visitantes una serie de instalaciones a cubierto fácilmente accesibles, que guarden relación con los deportes y la cultura alpina.

Los centros turísticos más espectaculares de montaña a menudo son "ciudades sobre las nubes".

Su éxito se debe a que la mayoría de sus clientes provienen de la ciudad, y quieren seguir rodeados de un ambiente de ciudad, aunque apreciando la belleza y el silencio de la naturaleza. Los destinos de montaña que combinan la vida urbana con los recursos de la naturaleza tienen particularmente bastante éxito. Su tamaño les permite ofrecer muchas atracciones naturales y culturales. Su estilo de vida y su calendario de eventos los convierten



en prototipos de modernos centros turísticos de montaña de cuatro temporadas. La visión del Gobierno del Principado de Andorra, enfocada a atraer un turismo de 360 días, corresponde a este tipo de destinos.

Profesor Peter F. Keller
Abril de 2014