



IV Seminario sobre Estaciones de Montaña

Felipe Samarán

El Instituto de Estudios Turísticos ha celebrado su cuarto SEMINARIO SOBRE ESTACIONES DE MONTAÑA que ha tenido lugar del 6 al 11 del pasado mes de abril en Candanchú, acreditada estación invernal española situada en el Pirineo aragonés.

Estos seminarios sobre estaciones de montaña, vienen desarrollándose desde el año 1967. El primero se celebró en Sierra Nevada (Granada), el segundo en Valle de Arán (Lérida), el año pasado en el Formigal (Sallent de Gállego, Pirineo aragonés) y este año en Candanchú.

Hasta ahora las conferencias pronunciadas en los primeros cursos de montaña se han publicado en volúmenes especiales; el tercer seminario en Formigal se editó como un número extraordinario de la Revista *Estudios Turísticos* (Abril-Junio 1969, n.º 22); en esta ocasión, aún se desconoce la forma de recopilar y editar las conferencias del IV Seminario.

Candanchú (Huesca), es la estación de invierno más occidental de los Pirineos. Las cotas topográficas sobre las que se asienta son 1.500 m. mínima y 2.240 máxima. La zona de nieve se produce a partir de los 1.700 m. y posee una extensión de 18 km².

Las instalaciones mecánicas de Candanchú son un telesilla y siete telesquis. Dispone de innumerables pistas y la buena calidad y cantidad de la nieve se debe a la orientación Norte de las pistas.

La estación dura del primero de diciembre al primero de mayo.

A continuación hacemos referencia a las ponencias habidas y un breve resumen de algunas de ellas.

— “El segundo Plan de Desarrollo en la ordenación de las Estaciones de Invierno”, por Vicente LAFUENTE FONTANA.

— “Problemática en 1970 de las instalaciones de invierno españolas”, por Roberto CUÑAT.

— “Coordinación de acciones y competencias en la planificación, promoción y explotación de Estaciones de Montaña”, por Pablo GONZÁLEZ LIBERAL.

— “Ejecutivos en las estaciones de invierno”, por Luis ARIAS CARRALÓN.

— “Versión de una Estación de Invierno en Austria”, por Oskar A. DIGNOES.

— “Urbanismo en Montaña. Buscando la armonía”, por Georges PIALAT.

— “Aspectos sociológicos en las Estaciones de Montaña”, por Gerardo ASIN LÓPEZ-BERMEJO.

— “Las operaciones de la vialidad invernal y sus efectos. Efectos favorables y nocivos. Efectos destructivos del hielo”, por Mariano AISA DEA.

— “La comercialización de una Estación de Montaña”, por Ramón CUSCÓ TARDINI.

— “Problemática de las Estaciones de Montaña”, por José FERNÁNDEZ ALVAREZ.

El II plan de desarrollo en la ordenación de estaciones de invierno

El vigente II Plan de Desarrollo Económico y Social ha previsto durante este cuatrienio prestar una preferente atención a las estaciones de la Molina, Formigal, Valle de Arán, Navacerrada-Cotos y Sierra Nevada. La selección de estas estaciones ha respondido a varios criterios. La Molina y Navacerrada-Cotos por atender a la demanda de dos grandes poblaciones (Barcelona y Madrid), las intermedias para seleccionar dos posibles estaciones de rango internacional y Sierra Nevada por ser la estación más meridional de Europa y tener unas características muy singulares.

El II Plan de Desarrollo está siguiendo una doble actuación, por un lado, de ayuda económica en forma de inversión, subvenciones y créditos y, por otro, la ayuda técnica que, en forma de Planes, está desarrollando la Dirección General de Promoción del Turismo a través de su Oficina de Planeamiento.

El grupo de estaciones de Tossa de Alp ha tenido un desarrollo totalmente anárquico desde el punto de vista de ordenación de la infraestructura y de coordinación de la explotación. Su extensión es aproximadamente de 6.500 Ha. de las cuales, al menos 2.500 Ha. son susceptibles de tener pistas de esquí apropiadas para practicar los deportes de invierno.

La demanda actual es del 75% procedente de Barcelona y un 10% del extranjero.

A grandes rasgos, el programa de actuación en este grupo de estaciones de invierno a la cual pertenece la Molina, como la más veterana de España, pionera del desarrollo en la práctica del esquí, es el siguiente (en millones de pesetas): Obras exteriores de acceso (728); redes viarias interiores (912); aparcamientos (20); medios mecánicos de remonte (325); abastecimiento de agua (13,7); saneamiento (10); suministro de energía eléctrica (20); otras obras y servicios (30); alicientes turísticos (54); servicios complementarios (31,9); ordenación urbanística (10); y construcciones hoteleras y extrahoteleras (368); en total, la inversiones programadas sin contar las obras exteriores ascienden a 1.000 millones de pesetas aproximadamente, distribuidas en cuatro anualidades con inversiones a cargo del Ministerio de Información y Turismo, Ministerio de la Vivienda, Ayuntamientos de Alp, Das y Urus, promotores y C.T.N.E.

A continuación se hace un breve estudio, menos detallado, de los demás grupos de Estaciones.

La ayuda técnica en la programación de Estaciones de Invierno continuará hasta alcanzar a las cinco señaladas.

Problemática en 1970 de las Estaciones de montaña

El Sr. Cuñat ha participado como ponente en los cuatro seminarios realizados sobre Estaciones de Montaña.

Con una breve introducción, haciendo referencia a conclusiones de su conferencia en el primer seminario de Sierra Nevada, pasa a resaltar los notables cambios en la oferta y la demanda acaecidos en estos últimos años.

En cuanto a la demanda, los principales cambios han sido: 1.º El progresivo aumento del nivel de vida, que ha incrementado de forma clara los servicios de esparcimiento en la montaña (reflejado en los mayores índices de recaudación en los medios mecánicos de remonte, en los índices de crecimiento de la venta de material de nieve y en la mayor expedición de tarjetas de federado). 2.º La demanda estacional con puntos nada favorables, para la explotación en Navidades y Semana Santa. 3.º Una decidida ayuda y promoción por parte de los organismos públicos. 4.º Una aplica-

ción de medios financieros privados de importancia decisiva en el desarrollo de estaciones de montaña.

Como consecuencia de todo esto se ha notado un considerable avance en la oferta de estaciones de montaña (de cinco que existían en 1960, se han abierto siete nuevas estaciones en la década del 60), es decir, una expansión del 140%.

A pesar de ser el segundo país montañoso de Europa, existe un gran desequilibrio del turismo estival con el turismo de invierno. En Austria se estima que un turista de invierno proporciona ingresos en divisas equivalentes a los de seis turistas de verano; en España no existen datos fiables a este respecto.

Hay que intentar elaborar una doctrina española de las Estaciones de Montaña, no solo teórica sino principalmente experimental, en estrecha colaboración el sector privado y el público, con cuidado de no aplicar sin un juicio crítico severo las doctrinas extranjeras.



La doctrina francesa a este respecto se fundamenta en ciertas bases clave como las siguientes:

- a) la del dominio de los terrenos.
- b) la del agrupamiento de las salidas y llegadas, dando lugar a los "frentes de nieve" en las estaciones de esquí de nuevo proyecto (paralela a la doctrina del "frente al mar").
- c) la del predominio de los inmuebles colectivos.

No pasamos a desarrollar estos puntos por la extensión que ello produciría, pero hay que señalar que son dignos de tener presentes.

Por último, se hace hincapié en el espíritu empresarial y acondicionamiento organizativo que debe llevar consigo el desarrollo de nuestras estaciones de invierno ya que son de tal cuantía las inversiones necesarias en ellas, que el problema escapa a la afición de unos esquiadores o unos montañeros, que por el solo hecho de serlo y por su natural cariño a la montaña, creen que pueden convertirse de la noche a la mañana en promotores de Estaciones. Hay que ir mitigando la eterna tendencia de los españoles a esperar todo del Estado.

Coordinación de acciones y competencias en la planificación, promoción y explotación de estaciones de montaña

El turismo es un bien económico de características *sui generis* a cuyo consumo masificado se accede a partir de un cierto nivel de renta individual. El turismo de masas tiene su fundamento principal en el progreso socio-económico de la Humanidad y constituye un fenómeno irreversible, que inexorablemente acrecentará su peso e importancia en esa futura y casi inmediata "economía del ocio" que seguramente causará a los políticos y planificadores más quebraderos de cabeza que la economía tradicional.

Ocurre que, a diferencia de los demás bienes, el objeto del turismo es indispensable y es la demanda quien debe desplazarse en su búsqueda. Este desplazamiento, por su duración, trasladada con el individuo todo el conjunto de sus demandas normales y crea o provoca las inherentes al propio desplazamiento espacial. Para reunir y captar la oferta turística debe ser una oferta compleja, una oferta integración de ofertas parciales que deben considerarse adecuadamente.

Masificación y calidad—lo mucho y lo bueno—son difícilmente compatibles y quizá sea el mercado turístico donde número y calidad actúen con mayor y recíproca fuerza excluyente.

Para hacer crecer los ingresos turísticos totales puede que no baste lograr incrementos en el número de turistas, sino que es preciso que también aumente la estancia media o el gasto medio diario (o ambos factores a la vez); por otra parte, objetivos del mayor interés son: diversificar la estructura distributiva temporal de la demanda turística exterior, elevando las mínimas que se producen en la curva de demanda turística (la cual presenta una marcadísima concentración en los meses de verano) y diversificar los países de demanda (para evitar que

dependa el turismo del acontecer político o económico de una sola nación, emisora de turistas) y esto entraña inexcusablemente procurar una oferta diversificada. Hasta el presente, la estructura de nuestra oferta es sensiblemente la misma en invierno que en verano, hay que situar en el mercado nuevas ofertas diferenciadas susceptibles de actuar hacia nuestro país turistas en invierno, brindándoles nuevas motivaciones o atractivos (cada turista del exterior en invierno, equivale en ingreso diario, a más de dos turistas y medio, también exteriores, en verano).

Las Estaciones de Montaña constituyen el más típico caso de interés turístico químicamente puro (por lo menos en España); todo cuanto es preciso para crear una estación tiene un solo destino y una sola fuente de rentabilidad: el turismo que la utilice.

En la planificación turística y particularmente en las Estaciones de Montaña, la coordinación de iniciativas es inexcusable; después de esta, es necesaria la fase de planificación proyectiva. En general el promotor privado es el que, a su aire, estudia una planificación y establece un proyecto para cuya realización ulterior resulta preciso ir consiguiendo la coordinación de acciones y competencias. Por otras razones sería deseable crear un sistema de "acción concertada Turística" en virtud de la cual se acordaría un convenio de mutuas realizaciones entre promotores y Administración, más útil para todos que créditos y subvenciones por generosos que éstos sean.

La coordinación en la planificación debe prolongarse eficazmente en la realización de los proyectos (estableciendo las etapas de su realización en el espacio y en el tiempo) y, por último, la coordinación en la fase de explotación.

Urbanismo en Montaña, buscando la armonía

El ponente ha participado como tal en el segundo, tercero y ahora cuarto seminario sobre Estaciones de Montaña. Su exposición se basa en el desarrollo de algunas partes de las que pronunció en el Valle de Arán en 1968.

Su disertación la divide en cuatro puntos: 1.º el nivel de instalación de una región, de una nación, de la búsqueda indispensable que permitirá dar a cada uno la parte de montaña que desea; 2.º los diferentes "equipos de invierno"; 3.º el imperativo del dominio del suelo y 4.º ejemplos en diapositivas, comentadas, del diferente desarrollo de algunas estaciones francesas.

El ocio va a tomar un lugar importante en la próxima civilización porque es indispensable para mantener el equilibrio de los seres humanos.

Los lugares aptos para ser agrupados como estaciones permanentes de montaña son muy escasos (con categoría de privilegiados, en el mundo, solamente el "arco alpino", desde los Pirineos hasta Turquía) y desean ser equipados con un cuidado meticuloso para no rebajar su capacidad que será considerada un día como desastrosa. Por otra parte, las estaciones permanentes son las únicas a ser tomadas en consideración. Para satisfacer tanto las necesidades, las preferencias, como las posibilidades de cada uno, debe considerarse toda la montaña. Todos los hombres (el residente en la ciudad próxima, en la lejana, el amante de la naturaleza, etc.) deben poder tener acceso a su montaña escogida.

Los lugares aptos para ser equipados para la práctica de los deportes de invierno tienen destinos muy diferentes según sus características, su morfología, la duración de la nieve, su insolación y sobre todo su posición geográfica, y podrán ser consideradas "estadios de nieve", centros de esquí, esquí de poblado y la estación permanente de montaña.

Los *estadios de nieve* se establecen generalmente a media montaña en terreno de poblados financieramente impotentes; los gastos de sus instalaciones (mal utilizadas fuera de los días de permiso semanal) deberán ser costeadas por la colectividad urbana vecina, cuyos habitantes disfrutaban directamente del equipo (semejante al estadio de atletismo, la piscina, etc.). Estos estadios necesitan aproximadamente 40 empleados por cada 1.000 esquiadores.

Se puede considerar *centro de esquí* el sustituido por una suma de pistas de nieve. Además del esquí mecánico permite el esquí de paseo sobre la nieve y es el lugar de descanso semanal de los contemplativos. Será un centro de vacaciones de verano apreciado.

El *esquí de poblado* está destinado a crear una animación que permita tener a los jóvenes en su poblado durante el invierno. Se puede crear una verdadera actividad familiar de invierno comparando la actividad turística difundida en media montaña.

Para la denominación de *estación permanente de montaña* se requiere una serie de condiciones climatológicas, ausencia de viento, insolación idónea, lugar ausente de nieblas, pistas de todo tipo de dificultad y homogéneas en su clase; pistas de toda exposición (permitiendo esquiar con o sin sol); convergencia de las pistas hacia una recepción única (condición esencial del éxito); acceso al lugar en buen estado y seguro, separación de circulaciones (esquí y automóvil); zonas habitables al sol, acceso directo por la nieve a estas zonas habitables de subidas mecánicas, terreno esquiabile no saturado (hasta el punto de ser peligroso), etc.

Para las grandes o muy grandes estaciones el urbanista deberá dotarlas de bulevares para esquiadores, dispuestos de manera que permitan la entrada y salida con los esquís colocados. Si todos no pueden realizar esto, es que la planificación no es buena.

El esquí del domingo no encaja con el de estancia permanente. Si la estación no está protegida de esta invasión el invernante no volverá, irá a otra parte.

La estación permanente, cualquiera que sea su clase, rentable a plazo medio y a largo, es la que realiza el mejor negocio, obtiene mayor número de empleos (200 a 250 empleos por cada 1.000 esquiadores) es una fuente importante de ingresos para las colectividades, así como de divisas.

Acerca de la necesidad importantísima del dominio del terreno al hacer una estación, sólo diremos que el proceso de destrucción de una estación es debido, a la construcción sobre las pistas (que son la razón de su existencia); la estación se agranda y el terreno esquiabile se satura y se hace peligroso.

La colección de diapositivas se comentaron extensamente y fue un feliz epílogo a la exposición del Sr. Píalat.

Aspectos sociológicos en las Estaciones de montaña

La ponencia, presentada por el señor Asín es la exposición de una serie de ideas observadas e inquietudes en el estudio de las Estaciones de Montaña.

El turista de una Estación de Montaña es, en ciertos aspectos, diferente a cualquier otro tipo de turista. Un plan de actuación se podía basar en los siguientes conceptos:



a) Sondeo del público en sus predilecciones. Se debe huir al máximo de todo lo que sea una especie de organización o planteamiento administrativo del ocio. "Dejemos al hombre su tiempo de ocio para que encuentre libremente en él la imagen de un yo más puro". Hay que tener muy en cuenta la variedad de un público con sus diversas apetencias. A veces puede ser el mismo promotor con sus gustos el mayor enemigo de una estación. Es imprescindible hacer un estudio del mercado mediante una encuesta dirigida a los que acuden de antiguo a la zona, los clientes efectivos totales, como federados y socios de clubs y a una demanda potencial. Es posible que este sondeo nos demuestre teóricamente que debemos darle un carácter más deportivo y menos residencial de lo que creíamos, o a la inversa.

A la vista de los datos aportados por los diversos medios de captación, el promotor ya sabe cómo debe enfocar su estación, si tendrá carácter de gran lujo, de tipo medio, deportivo, de fin de semana, etc.

b) Adecuación de las instalaciones deportivas.

Todos los deportes en general tienen por sus características del juego, unos condicionamientos que hacen puedan ser practicados o no, por personas de edad, condición física y nivel social diferente.

Sabemos que el hombre, siempre que tiene ocasión, tiende a demostrar a los demás su capacidad en aquello que él es más sobresaliente, y la preocupación del promotor debe ser proporcionar a su público la posibilidad de cumplir esta satisfacción mediante las instalaciones de otros deportes, donde aquel que, por ejemplo, no es experto en el esquí, sí lo es en natación, o en el tenis, o en patinaje, etc.

c) Ordenación sociológica de la habitabilidad.

El crear cualquier empresa de nueva planta tiene la ventaja de poderla planificar y realizar de acuerdo a unos estudios más o menos acertados pero sin demoras de propiedad, conceptos ancestrales, etc.; sin embargo, la promoción de despegue de un centro de montaña, apoyado en una población ya existente, tendrá más facilidades para ir progresando paulatinamente y cumpliendo las etapas que se hayan fijado.

El acierto al distinguir el emplazamiento de los diferentes tipos de alojamientos (hoteles, apartamentos, chalets, etc.), estará en encontrar una fórmula que, dando a cada uno las ventajas que debe tener, con arreglo a su categoría socio-económica ninguno se sienta disminuido en su personalidad.

Punto aparte y delicado constituye el alojamiento y los lugares de diversión del personal que trabaja de forma continuada en la estación

(camareros, sirvientas, comerciantes, profesores de esquí, personal de los medios mecánicos, equipo de salvamento, preparadores de pistas, etc., etc.). Lógicamente este problema lo tienen parcialmente solucionado las estaciones que están cerca de un pueblo donde existen ya lugares de diversión.

d) Fisonomía y ambientación de la Estación.

Al igual que cada persona, las Estaciones de Montaña deben tener su propia fisonomía y, por lo tanto, personalidad propia.

El arquitecto urbanista que diseña una Estación de Montaña obtendrá un éxito total si combina adecuadamente: paisaje, habitabilidad y rendimiento.

e) Dirección y animación.

En la montaña todos tratamos de lograr una libertad de acción sin tantas prohibiciones y organización tecnocrática como en la gran ciudad; hay que procurar no prohibir nada, solamente rogar e informar todo lo que pueda ser molesto o peligroso.

Donde hay una colectividad hay un líder, y aunque mucha gente pueda desconocer la existencia en la Estación de ese líder, buscará a alguien a quien en algún momento pueda exponer sus quejas, sus necesidades o sus sugerencias. Es ahí donde se necesita la presencia del director de la Estación, del cual debe conocer todo el mundo su presencia, que se preocupa por ellos y que está dispuesto a atender la Estación para el mejor disfrute de la clientela, sin que nunca "pese" sobre ellos.

Por otra parte, está la figura del "animador de Turismo" cuya función es crear un ambiente agradable por medio del deporte, las actividades artísticas, baile, cine, y otras manifestaciones recreativas. Debe ser una persona capaz de captar en cada instante su actuación más adecuada y no constituirse en "vedette" ya que debe tener en cuenta que trabaja para una persona más principal que él, como es el cliente de la Estación.

Como resumen final del desarrollo de este Seminario, hay que destacar el interés del Instituto de Estudios Turísticos en aportar nuevas ideas y puntos de vista en este asunto tan complejo como las Estaciones de Montaña.

Sin embargo, cabe señalar la insistencia sobre determinados temas, expuestos en anteriores seminarios (incluso por las mismas personas) sin presentar nuevas aportaciones. ¿No existen más personas conocedoras del tema que pudieran aportar un campo más amplio sobre el mismo? o ¿es que no hay más enfoques posibles sobre la idea que ha hecho surgir este tipo de seminarios?

El próximo año se celebrará el V Seminario en Navacerrada, en Pajares o en el Valle de la Molina; no importa, lo interesante es saber, si volveremos a ver las mismas caras "expri-

miendo" determinados estudios los cuales están cerca de su techo máximo.

Ha sido interesante observar los coloquios, conversaciones y discusiones surgidos entre los asistentes al Seminario, entre los que se encontraban los principales promotores de las más reconocidas Estaciones de Montaña de España.

Creo que en pocos Congresos, y Seminarios se reúnen tan pocas personas, tan representativas, tan interesadas sobre el tema y se intercambian tantas ideas como en este.

El hecho de ser las Estaciones de Montaña un tema tan poco explorado en nuestro país en relación con el turismo y debido, hoy en día, a sus limitadas posibilidades, hace que sus manifestaciones al exterior sean poco amplias.

El fijar el desarrollo de estos seminarios en las estaciones ya mencionadas, las cuales, normalmente, se hallan tan distantes de los lugares de residencia de cada asistente, no tienen un núcleo de población grande donde disiparse del ambiente que pueda crearse en torno a un tema y el marco natural que se divisa y disfruta de montaña y nieve por todas partes, dan a estas sesiones de trabajo un ambiente especial, que casi podría titularse de "retiro seminarista". Estos cursos son los únicos en los que los puntos que se tocan en las diferentes ponencias, los problemas que se plan-

tean en las discusiones, las dificultades que existen en las Estaciones de Montaña... todo, o casi todo puede experimentarse y vivirse con solo atravesar el vestíbulo del hotel y situarse en la primera nieve que pisan nuestros pies. No es necesario desplazarse; mañana, tarde y noche tenemos ante nuestros ojos una muestra de lo que allí se trata.

Todo el que asiste a estos seminarios creo que es capaz, y de hecho así sucede, de intervenir en los temas que allí se debaten por identificarse rápidamente con el medio que le rodea y tener bastante parte de la cabeza en los puntos que se exponen.

De seguir desarrollándose estos cursos, el Instituto de Estudios Turísticos debería ir pensando en renovar su "plantilla" de conferencistas, dar mayor difusión a las conclusiones que de allí se obtengan, estudiar la posibilidad de crear un gabinete de estudios permanente que atendiera al tema y establecer mayores contactos, con países al otro lado de los Pirineos, e incluso del Atlántico.

Finalizado este resumen, lamentando el trágico suceso de helicóptero acaecido en el Pirineo navarro que costó la vida a nuestro amigo y olímpico del esquí Luis Arias, dos semanas después de su conferencia en este Seminario.

El hombre y la ciudad en el año 2000

Rotterdam. Mayo 1970

La Fundación Europea de la Cultura, institución de carácter privado creada en 1954, tiene como fines fundamentales apoyar proyectos europeos relacionados con el mundo de la ciencia, la educación y las artes. Su presidente, creador y animador constante es S.A.R. el Príncipe de los Países Bajos. Dentro de las actividades culturales de la Fundación está en estudio el proyecto "Europa 2000" que comprende los cuatro puntos siguientes:

- La educación del hombre del siglo XXI.
- Las ciencias sociales y la industria.
- La urbanización: crear un marco de vida para Europa.
- El mundo rural en el año 2.000.

Fue encargado a diversos técnicos y especialistas un trabajo que sirviera de base de estudio a cada uno de los cuatro grupos de que consta el proyecto "Europa 2000". Con el fin de tener un conocimiento amplio para el proyecto n.º 3, ha sido organizado por la Funda-

ción un Congreso en Rotterdam bajo el título "El hombre y la ciudad en el año 2000", coincidiendo con el 25 aniversario del comienzo de la última conflagración mundial.

Como era lógico, un tema como el de este Congreso, tenía una serie de vertientes que han llevado al mismo a urbanistas, sociólogos, economistas, abogados, personalidades de la vida actual, etc.

Como encargados de desarrollar una serie de ponencias se han escuchado las voces de Sir William Hart, profesor de Derecho en la Universidad de Oxford, Dr. Erika Spiegel, socióloga, así como Heide Bernot; Jean Fourastié, doctor en Derecho y experto en asuntos de desarrollo económico, John Kenneth Galbraith, economista, diplomático y escritor norteamericano, Jean Gottman, historiador y geógrafo, Sicco Mansholt ex-Ministro de Agricultura en Holanda, Daniel P. Moynihan consejero del Presidente de los EE.UU., François Surlín, Inspector General de Monumentos