



Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Hotelería y Turismo (modalidad virtual)

Turismo y políticas públicas: el caso del ticket de 9€ en Alemania

Autora: Jazmín Lucía Di Salvo

ID: 17-4863

Tutor: Norberto Cuber

Buenos Aires, Argentina

Marzo 2023

DEDICATORIA

Para mi familia y amigas, que han siempre apoyado todas mis decisiones personales y profesionales.

Para Hanno, por haber inspirado el tema de investigación y por guiarme desde otro plano.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer en primer lugar a la Universidad de Belgrano por ser la casa de estudios que elegí para crecer académicamente. También agradecer a los profesores y profesoras que me acompañaron en este crecimiento, en especial a Jimena Jobe y a Norberto Cuber por estar detrás del planteamiento del presente proyecto.

A Alemania, por los buenos recuerdos y por abrirme las puertas no solo en lo profesional sino también en lo personal, y por quedarse con una parte de mí.

RESUMEN

El tema de investigación y recopilación llevado a cabo se emplaza geográficamente en la República Federal de Alemania, uno de los países que forma parte del continente europeo y de la Unión Europea, respectivamente. Se extiende en una superficie total de 357.375km², y limita con Dinamarca al norte; Polonia y República Checa al este; Austria y Suiza al sur; y Luxemburgo, Bélgica y Países Bajos al oeste.

Posee una población total de 84.270.625 habitantes, y comprende 16 estados federados: Baden-Wurtemberg, Baviera, Berlín (capital del país), Brandeburgo, Bremen, Hamburgo, Hesse, Mecklemburgo-Pomerania Occidental, Baja Sajonia, Renania del Norte-Westfalia, Renania-Palatinado, Sarre, Sajonia, Sajonia-Anhalt, Schleswig-Holstein y Turingia¹.

En el contexto del tema de elegido para exponer en la tesina, se comenta que Alemania posee un sistema de transporte por demás funcional, del cual se hará foco particularmente en el *öffentlicher Personennhverkehr* (ÖPNV), es decir, el transporte público. El mismo contiene autobús, metro (U-Bahn – *Untergrund Schnellbahn*) tranvía, transbordadores/ferry, tren rápido metropolitano (S-Bahn – *Stadtschnellbahn*) y trenes regionales rápidos/trenes regionales (RE/RB – *Regional Express y Regional Bahn*).

En 2022 el gobierno alemán decide disponer de un ticket para la utilización de mismo, al económico precio de 9€, el cual podía ser utilizado en junio, julio y agosto del respectivo año.

La utilización del ticket fue cuestionada antes, durante y después de su validez y dejó efectos ya analizados por diferentes fuentes. En su mayoría fueron más positivos que negativos, por lo que se decidió lanzar un nuevo ticket, pero con un precio superior: 49€.

A lo largo de la investigación se verá la relación el turismo, el ambiente y qué opiniones tuvo el grupo de usuarios que lo eligió.

¹Recuperado de: *Home*. (s. f.). La actualidad de Alemania. <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es>

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	4
ÍNDICE	5
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	16
CAPÍTULO 3: DESARROLLO Y RESULTADOS	29
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y EFECTOS	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Problemática

A principios de 2022, el gobierno alemán decidió disponer de un ticket común para el transporte público en todo el territorio alemán. Este ticket costó 9€ y podía ser utilizado en todos los medios de transporte: autobús, metro (U-Bahn – *Untergrund Schnellbahn*) tranvía, transbordadores/ferry, tren rápido metropolitano (S-Bahn – *Stadtschnellbahn*) y trenes regionales rápidos/trenes regionales (RE/RB – *Regional Express* y *Regional Bahn*)².

Este ticket fue una oferta especial válida para junio, julio y agosto; y se podía recorrer todo el territorio alemán en los medios de transporte definidos en el párrafo anterior. Adquirirlo era muy fácil: podía hacerse online (en la página de *Deutsche Bahn*³ o en la aplicación) o en las casillas de billetes en las estaciones de trenes. Se lo podía utilizar sólo durante el mes elegido, es decir, si se compraba el 20 de junio de 2022, era válido hasta el 30 de junio de 2022.

La razón principal por la cual el gobierno federal implementó esta medida fue dentro del contexto del paquete de alivio energético⁴, acordado el 23 de marzo del 2022 por el Comité de Coalición⁵. Dos aristas del mismo tema, por un lado el Gobierno Federal proporcionó un “alivio económico” a los ciudadanos en vista de un aumento de precios en electricidad, calefacción y movilidad (relacionado con la crisis post COVID-19 y el conflicto Rusia - Ucrania⁶). Por otro lado, incentivar a las personas a hacer uso del transporte público “respetuoso” con el clima y así ahorrar combustible.

El billete fue financiado por los fondos a disposición a través de la Ley de

² Quedaban excluidos: trenes de larga distancia (ICE – *Intercity Express*), trenes de larga distancia de menor velocidad (IC/EC *Intercity/EuroCity-Express*) y proveedores privados.

³ <https://www.bahn.com/es>

⁴ traducido de: https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Schlaglichter/Entlastungen/sc_hnelle-spuerbare-entlastungen.html

⁵ Acuerdo de coalición – unión política del gobierno alemán: partido social democrático (SPD - *Soziale Politik für Dich*), partido verde (*Grünen*) y el partido democrático libre (FDP – *Freie Demokratische Partei*).

⁶ El 24/02/2022 Rusia invadió Ucrania, dando por comenzado un conflicto bélico. Alemania mostró su apoyo a Ucrania. Rusia provee servicios de gas a muchos países de Europa, siendo Alemania uno de ellos por lo que se pelagra la distribución de este servicio. Esto convierte en elementos de la cotidianidad social y económica de Alemania en escasos.

Regionalización⁷, con un total de 2.500 millones de euros para los tres meses.

El objetivo directo de esta política era el de reducir de manera importante el uso de transporte particular como es el automóvil. Esta idea tuvo réplicas anteriores en países como Luxemburgo y en la capital de Estonia, Tallín⁸.

El billete de 9€ podía ser adquirido no sólo por los residentes alemanes, sino también por todo aquel que visitara Alemania durante los meses dispuestos, que coincidían con el verano en el hemisferio norte por lo cual más personas pudieron hacer uso del mismo.

El ticket fue recomendado a toda persona que estuviera en el país, ya sea por motivaciones turísticas, negocios, personales, etc. Por lo aclarado anteriormente es que muchas de las ciudades vieron llegar grandes cantidades de visitantes.

La discusión que se entorna de acuerdo a la aplicación de esta política fue (durante su implementación) y es si resolvió o alivió los problemas anteriormente descritos y si, al intentar resolverlos, devino en una nueva problemática: exceso de turistas, cancelación de servicios y trenes y ciudades que no dieron abasto.

El billete de 9€ demostró que el transporte regional no funciona de la manera en la que se pensaba, y que, de hecho, la inversión original por parte del gobierno para la facilitación financiera del billete tendría más sentido si se utilizara para mejorar la calidad de los medios de transportes (por ejemplo, más formaciones que eviten la acumulación de pasajeros, mayor frecuencia, etc.).

Existe una gran discusión y crítica desde dos puntos de vista: locales y turistas. Se sembró en ciertas ciudades, un sentimiento de rechazo a la gran cantidad de visitantes ya que la llegada masiva de turistas durante el verano alemán no fue controlada. Además, algunos de los residentes se quejaron por la falta de puntualidad de los transportes debido a los turistas, ya que ocuparon los espacios que los locales requerían para poder ir a sus trabajos, causando que abandonaran la idea de usar el ticket y volvieran a sus autos.

⁷ traducido <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/E/schiene-schiennenpersonenverkehr/regionalisierungsgesetz-regg.html>

⁸ traducido de: <https://www.yunextraffic.com/global/en/newsroom/news/9-euro-ticket> . Ver en "Antecedentes".

Por el lado de los turistas, se vieron obligados a “aceptar” las demoras y cancelaciones de trenes regionales. También, las reclamaciones se relacionaban con la incomodidad a la hora de viajar: trenes llenos, sin lugar para sentarse, sin aire acondicionado durante la ola de calor⁹, etc.

Sin lugar a duda, la problemática que existe por sobre todas es la de si realmente el ticket funcionó como se suponía, si se lograron los objetivos planteados, si fue una pérdida de dinero y finalmente, qué se plantea para seguir con la premisa del gobierno federal.

1.2. Justificación

De acuerdo a lo expresado en la problemática, en el siguiente trabajo se realizará una recopilación y un resumen de la decisión política del Estado alemán en base a lo sucedido en los años 2020 a 2022 respectivamente (COVID-19 y el enfrentamiento de carácter bélico entre Rusia y Ucrania), por haber tenido relación directa con las cuestiones planteadas, pero también por su vinculación indirecta con el turismo y ambiente.

Las motivaciones que llevaron a quien redacta la elección de esta temática tienen que ver con la significación personal y profesional, como a su vez la perspectiva del funcionamiento de las políticas públicas y como las mismas pueden llegar a relacionarse indirectamente con el turismo, aunque no sea el objetivo de la medida dispuesta.

A su vez, se lo instituye con un valor teórico donde la mirada está puesta en el conocimiento sobre una cuestión reciente y de la que todavía no existen diversos análisis de las conclusiones, medidas, críticas, beneficios y perjuicios de su implementación.

Los beneficiados de este estudio serán aquellos que quieran estudiar la perspectiva positiva de esta política de carácter pública, para poder aplicarla en sus países o ciudades. Sumado a esto, quienes estén interesados en la investigación y revisión de lo esencial de las prácticas de las mismas.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general:

⁹ Durante el verano del 2022, en Alemania se registraron temperaturas que han llegado a superar los 40°C. Traducido de: <https://www.wetterprognose-wettervorhersa>

Teniendo en cuenta lo que se determinó como problema, el objetivo general de este proyecto final es analizar las implicancias de la política pública de un ticket de 9€ desarrollada por el Estado alemán durante los meses de verano y su relación con la actividad turística.

Objetivos específicos:

- Conceptualizar la implementación de esta medida dentro de las políticas públicaturísticas.
- Estudiar el caso del ticket de 9€ en la isla de Sylt, Alemania.
- Indagar sobre las alternativas planteadas por entes públicos y privados alemanes como sucesoras del ticket de 9€.

1.4. Antecedentes

Si bien las políticas implementadas en cuanto al transporte no son en su totalidad iguales a lo investigado en este proyecto final, resulta interesante la información y la perspectiva a la hora de implementarlas en cuatro ciudades diferentes, siendo una de ellas en Alemania (Templin.).

Para lo siguiente, se procederá a resumir a partir de investigaciones y análisis ya realizados sobre las ciudades de Tallín, Estonia; Hasselt, Bélgica; Templin, Alemania y Luxemburgo, Luxemburgo.

1.4.1. Caso Tallín, Estonia:

A partir del 1 de enero del 2013 y mediante la Organización de Transporte de la ciudad de Tallín, se estableció que el transporte público fuese gratuito. Esta iniciativa posicionó, en ese momento, a la capital de Estonia como la capital más grande del mundo (en términos de población) en ofrecer estos servicios sin costo (Gabaldón – Estevan & Kaufmann, 2016).

El objetivo principal de implementar esta política fue el de reducir el tránsito que se formaba en la ciudad como así también mejorar la imagen que tienen los residentes en cuanto a los medios de transporte, ya que la gente había elegido no utilizarlo por los servicios de baja calidad, y luego de una votación se decidió lo anteriormente nombrado. (Gabaldón – Estevan & Kaufmann, 2016)

A la hora de definir la política, se enumeraron nueve objetivos, dentro de los cuales se contemplaba la reducción de la congestión en el centro de la ciudad, los tiempos de viaje (incluyendo los programados); incrementar la confiabilidad por parte de los usuarios para con el transporte público, cómo también la cantidad de los mismos y su satisfacción; mejorar los sistemas tecnológicos dentro de las formaciones; brindar información adicional sobre rutas a los conductores y aumentar el número de personas con discapacidad que utilizan el transporte público (Gabaldón – Estevan & Kaufmann, 2016).

Se considera relevante tener en cuenta que a diferencia del tema elegido en la investigación que se lleva a cabo, en el caso de Tallín el transporte no fue gratuito para los turistas, sino que para los residentes (Cats, Susilo & Reimal, 2016), por lo que a la hora de analizar su relación con el turismo no podrá ser tenida en cuenta en la conclusión del resumen del antecedente ya que no hay estudios hechos.

Con respecto a los resultados, se realizaron encuestas a usuarios en el año en el que comenzó a ser gratuito el transporte, y los resultados fueron los siguientes (Cats, Susilo & Reimal, 2016):

Se registró que en los primeros cuatro meses en los que esta política estuvo vigente, la demanda de uso de transporte público fue de un +1,2%, por debajo de lo esperado.

A finales del 2013, otra encuesta mostró que el promedio diario de viaje de los ciudadanos fue de 1,98 y la demanda fue de un +16%.

Los viajes en transporte público disminuyeron un 10% mientras que las caminatas un 40%. En cuanto al público en el que se vio reflejado el aumento de la demanda fueron los jóvenes entre 15 a 19 años, 60 a 74 años y gente desempleada/con bajos salarios. Aquellas personas con ingresos superiores al salario mínimo, disminuyeron el uso del transporte público, en razón de que la tasa de ocupación de los buses aumentó considerablemente (Cats, Susilo & Reimal, 2016)

Lo que se continúa estudiando en Tallín es la razón por la cual la gente no elige todavía el transporte público por delante del automóvil, incluyéndose (luego de encuestas que son realizadas por el gobierno de Estonia y/o otras entidades europeas, como por ejemplo el Instituto de Tecnología de Suecia¹⁰) es que lo que determina el uso o no de este tipo de transporte no es el precio, sino la calidad, comodidad y disponibilidad.

1.4.2. Caso Templin, Alemania:

En el año 1997, la ciudad de Templin (en el estado de Brandemburgo, al noreste de Berlín en Alemania), tenía una población de alrededor de 14000 habitantes (Storchmann, 2003). El 15 de diciembre de ese año se estableció el proyecto de “tarifas gratuitas para el servicio de ómnibus” (Storchmann, 2003), el cual se mantuvo hasta el año 2003 donde el Estado se vio obligado a comenzar a cobrar una tarifa (hoy en día hay un ticket de 44 euros anual)¹¹.

La razón por la cual se pensó esta medida fue, como en los casos anteriores, para reducir la cantidad de tránsito y fomentar a los habitantes a usar el transporte público en vez de sus automóviles (Storchmann, 2003).

En este caso se descubre una relación con el turismo que vale aclarar: se vio, en un estudio del año 2000, que gracias a esta política el porcentaje de estadía que percibía la ciudad hasta el momento de la implementación, creció en un 33% (Storchmann, 2003). También, se destaca la imagen que fundó en la ciudad, ya que se la comenzó a conocer por sus atractivos e intereses turísticos, dejando impactos positivos no sólo en los aspectos económicos, sino también sociales (Storchmann, 2003).

Se toma en cuenta el ejemplo de Templin, sobre todo ahora después de la finalización del período en el que el Ticket de 9 euros fue válido, como ejemplo de qué precios pueden ser aceptables para la sociedad/residentes/turistas y que a su vez genere ingreso al Estado.

1.4.3. Caso Hasselt, Bélgica:

Un caso similar al de la ciudad alemana de Templin fue el de la ciudad Hasselt,

¹⁰ Cats, Susilo & Reimal, autores citados en el texto, pertenecen al mismo.

¹¹ <https://www.rbb24.de/studiofrankfurt/panorama/2022/08/templin-stadtverkehr-fahrscheinfrei-25-jahre.html>

ubicada en Bélgica.

En el mismo año que Templin - 1997 -, Hasselt decide implementar la “tarifa cero” en el transporte público. Durante el primer año, el número de pasajeros creció cuatro veces - de 360000 a 1.5 millones de usuarios – (Tomanek, 1999).

Hasta el año 2005 este sistema funcionó de manera beneficiosa para el Estado belga y por, sobre todo, para el desarrollo de la ciudad. Pero fue a partir de ese año que el número de usuarios comenzó a bajar y a quedarse en aproximadamente 4.6 millones de pasajeros (lo cual, teniendo en cuenta el primer número - 360000 en 1997 - creció más de diez veces (Tomanek, 1998).

En el año 2013, las autoridades de la ciudad decidieron que era momento de cancelar la tarifa cero, por cuestiones financieras. Sin embargo, la mantuvo para los jóvenes menores de 19 años (Tomanek, 1998).

En el caso de Hasselt, se vio un aumento de las rutas, lo cual facilitó las conexiones no sólo de particulares sino también en cuestiones de turismo. Por ejemplo, en el año 1996 se registraron cuatro rutas de bus, mientras que cuatro años después - año 2000 - el número ascendió a nueve.

Otra muestra fue que las personas hacían, en 1997, cinco viajes entre ciudades (hacia o desde Hasselt), mientras que en 2013 el número fue de sesenta y cinco (Gabaldón, Orru, Kaufmann & Orru, 2019).

1.4.4. Caso Luxemburgo:

Desde el año 2020, Luxemburgo (país ubicado entre las fronteras de Francia, Bélgica y Alemania, en Europa), ofrece su transporte público - trenes, tranvías y ómnibus - , gratuito (Carr & Hesse, 2020).

Luxemburgo concentra las tasas más bajas en compra de autos, por lo que en los últimos años los embotellamientos y problemas en el tránsito son cada vez más complicados de disminuir (Carr & Hesse, 2020). Por esta razón, este país se convirtió en marzo del 2020 en el primer país del mundo en ofrecer transporte gratuito para los tipos de transporte anteriormente mencionados.

El objetivo principal era aumentar en un 20% la cantidad de pasajeros que eligen el transporte público, con fecha de evaluación de resultados en un plazo de cinco años, es

decir, en el 2025¹².

En cuanto a las causas, como se puede identificar en el anterior párrafo, una es la cantidad de automóviles y sus consecuencias en el tránsito, pero también es por el aumento considerable de la población. Este aumento de la población significó menos trabajo para una cierta parte de los habitantes, lo que repercute directamente en su nivel social. Es por esto que, a la hora de definir esta política, también es tomado en cuenta la perspectiva de ser una medida social que ayude a aliviar los costos fijos de los residentes (Carr & Hesse, 2020).

Al igual que en el caso de Tallín y en el objeto de estudio de este proyecto final, esta estrategia relacionada con el transporte trajo complicaciones en la calidad del servicio. Los habitantes mostraron disconformidad en cuanto a retrasos, transportes llenos, etc. (Carr & Hesse, 2020 p. 2)

Estudios e investigaciones han descrito un conflicto en cuanto a la veracidad de la intencionalidad de la política, en el sentido que parecería haber nacido como una medida “populista” y de mejora en la imagen del gobierno, que la de realmente mejorar el sistema de transporte público del país (Carr & Hesse, 2020, p. 3).

1.5. Metodología

Método de investigación

La metodología que se adopta en este trabajo de investigación es de tipo cualitativa.

En la teoría, y de acuerdo a Hernández Sampieri (2010, p. 4), el enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.

El proceso cualitativo comprende de nueve etapas (Hernández Sampieri, 2010, p. 5), las cuales son:

¹² Esto se evidencia en el plan de acción de la Unión Europea: <https://transport.ec.europa.eu/system/files/2021-04/2021-mobility-strategy-and-action-plan.pdf> página 4

- la idea
- el planteamiento del problema
- la inmersión inicial en el campo
- la concepción del diseño del estudio
- la definición de la muestra inicial del estudio y acceso a esta
- la recolección de los datos
- el análisis de los datos
- la interpretación de resultados
- la elaboración del reporte de resultados

Se debe considerar, a su vez, las características de este enfoque que lo diferencia del enfoque cuantitativo (Hernández Sampieri, 2010, p. 9 - 10):

- los planteamientos no son tan específicos como el enfoque cuantitativo
- se examina el mundo social y se desarrolla la teoría fundamentada (Esterberg, 2002, citado por Sampieri, 2010, p.9). Existe un proceso inductivo, donde se explora y describe, para luego generar las perspectivas teóricas.
- en general no se prueban hipótesis, sino que van formando y refinándose a lo largo del trabajo
- se utiliza la recolección de datos no estandarizados, sin medición numérica.
- para lo anterior, se usan entrevistas abiertas, evaluación de experiencias personales, etc.
- el proceso de indagación es más flexible
- es un proceso holístico donde se reconstruye la realidad
- no hay manipulación con respecto a la realidad (Corbetta, 2003, citado por Sampieri)
- se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en entender las acciones que lleva a cabo el humano
- la realidad se define a través de interpretaciones de quienes participan en la investigación

Técnicas de Investigación

El alcance de este proyecto final es de tipo descriptivo. Según Hernández Sampieri (2010, p. 80), la investigación descriptiva “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”.

Esto significa que pretenden medir información, ya sea independiente o conjunta

sobre variables, pero no se ocupa de indicar cómo es que se relacionan.

La utilidad del alcance descriptivo está circundada por mostrar ángulos o dimensiones de un contexto, situación, fenómeno, etc.; para lo que es relevante que quien realiza la investigación sepa con exactitud qué se medirá y sobre qué.

En este alcance no se formulan hipótesis a menos que se pronostique un hecho o dato (Hernández Sampieri, 2010).

Fuentes de información

En lo que respecta a la fuente de información como concepto, el mismo se refiere a las herramientas o instrumentos necesarios para la satisfacción de una demanda de conocimiento.

Dependerá del nivel de información, el acceso a la misma y las intenciones del trabajo a la hora de consultar las fuentes. Las mismas se clasifican en primarias, secundarias o terciarias (Maranto Rivera & González Fernández, 2015), siendo cada una de ellas:

- primarias: proveen información original, nueva, que se originan del trabajo intelectual realizado. Entre las fuentes primarias utilizadas, se encuentran los libros, las monografías, los documentos oficiales, tesis, video documentales, testimonios o entrevista a expertos, etc.
- secundarias: resultan del proceso de información llevado a cabo por el análisis, interpretación, o reorganización de los conocimientos de la fuente primaria.

Como ejemplo de fuente secundaria, pueden ser nombradas las biografías, los ensayos, las enciclopedias, los directorios, o también artículos que reprocessan trabajos anteriores.

- terciarias: como tercera clasificación, las terciario recopilan a las anteriores fuentes (primarias o secundarias). El objetivo de las mismas es el de conocer o buscar datos para formar una idea general sobre un tópico.

Dentro de las fuentes terciarias se encuentran las guías de base de datos, guías de obras de referencia, entre otras (Cabrera-Méndez, 2010).

En el proyecto final de carrera se hará utilización de las fuentes primarias y secundarias, según lo expresado.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. Marco Referencial

2.1.1. Conflicto Rusia – Ucrania y efectos en Alemania

En febrero del 2022, el presidente de Rusia, Vladimir Putin, ha hecho el anuncio de una operación de carácter militar en el país de Ucrania (Harvey Valdés, 2022).

Esta guerra no es actual, sino que tiene un contexto histórico que viene hace ya largos años, y que se delimita por cuestiones de tradiciones y geografía (Ureña, 2015).

El conflicto bélico entre ambos países tiene consecuencias devastadoras en términos de muertes, pero también para la economía, no sólo de los protagonistas, sino de aquellos que se encuentran vecinos y/o que comparten continente o acuerdos. Entre los países que se encuentran vinculados directa e indirectamente con Rusia, se encuentra Alemania.

Alemania es uno de los países que mayor consume el gas natural en la Unión Europea (UE). Este gas se usa en 61% para uso industrial y residencial, un 24% para generación de energía y un 13% para servicios (Ureña, 2015). Con una participación del 38,7% (datos del 2014), Rusia es el mayor proveedor de gas a Alemania exportando aproximadamente 55bcm, seguido por Noruega (29,4%), Países Bajos (26,1%) y Dinamarca y Reino Unido (5,8%) (Ureña, 2015).

La manera en la que se importa el gas es básicamente con gasoductos y oleoductos. Uno de los conductos principales es el Nord Stream I, con un recorrido de 1224km y una capacidad para 55bcm.

Existe desde el año 2011 un proyecto llamado “Nord Stream II” donde un gasoducto atraviesa el mar Báltico (ubicado en noreste de Alemania), con el objetivo de abastecer de gas al país.

Es un vínculo geopolítico, pero también económico. Este proyecto, criticado por potencias como EEUU, vuelve a Europa fundamentalmente dependiente del gas ruso, y perjudica a Ucrania (Melo, s. f.).

Al comenzar la guerra Rusia – Ucrania, este proyecto se detuvo, poniendo en peligro la importación de gas a Alemania, viéndose rodeada de un conflicto energético que será explicado en el siguiente ítem. (Harvey Valdés, 2022)

2.1.2. Crisis energética Europa/Alemania

La guerra anteriormente comentada no es sobre el gas específicamente, ni sobre el combustible, pero su significancia es aún más profunda por lo que es necesario analizar las consecuencias en materia energética y su relación con el tema dispuesto en el proyecto final.

A finales de junio del 2022, los servidores de gas fueron cortados como resultado de una política dispuesta por Rusia ante respuestas políticas por países del continente europeo (como Polonia y Bulgaria no queriendo pagar en la moneda de Rusia y Finlandia aplicando para la membresía NATO).

En julio se cerró el Nord Stream I, comentado en el ítem anterior, cortando el 60% de los suministros a Alemania.

Ante la crisis energética y la falta de suministros, sobre todo de cara al invierno, Alemania ha tenido que acelerar su proyecto "*Energiewende*" (transición energética). La idea de la *Energiewende* se entiende como una estrategia con el objetivo de desarrollar un sistema energético donde se prima el bajo carbono y donde la premisa es la utilización de energías renovables. Esta política llevada a cabo tiene cuatro ejes/objetivos: luchar contra el cambio climático, eliminar la energía nuclear, mejora en la seguridad energética y poder posicionarse dentro de una competitividad y desarrollo industrial. Este proyecto nace de los movimientos ambientalistas que comenzaron a desarrollarse en el siglo XX y que continúan estando presentes en estas últimas décadas (Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, s. f.).

En mención a lo anterior, en 2010 el gobierno federal alemán encabezado por Angela Merkel (canciller alemana en aquel entonces) presentó el "Energiekonzept" (concepto energía), donde se establece de forma resumida y concreta cuál es la estrategia energética, tanto a corto como mediano y largo plazo. Este documento sirvió para asentar las bases de lo que se pensaba como el alcance de un nivel de suministro de energía que para el 2050 fuese "confiable, asequible y ambientalmente equilibrado" (Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, s. f.).

Fig. 1

Tabla 1 Objetivos de la transición energética					
	2011	2020	2050		
Emissiones de gases de efecto invernadero					
Emissiones de gases de efecto invernadero (comparado con 1990)	26,40%	40%	2030 55%	2040 70%	2050 80% a 95%
Eficiencia					
Consumo de energía primaria (en comparación con 2008)	6,00%	20%	50%		
Productividad energética (consumo de energía final)	2,0% por año (2008-2011)	2,1% por año (2008-2050)			
Consumo eléctrico bruto (en comparación con 2008)	2,10%	10%	25%		
Proporción de electricidad generada a partir de la generación combinada de calor y energía	15,40%	25%			
Edificios					
Demanda para calefacción		20%			
Demanda de energía primaria			en el orden del 80%		
Tasa de renovación	alrededor del 1% por año		duplicar al 2% anual		
Transporte					
Consumo de energía final (comparado con 2005)	alrededor del 0,5%	10%	40%		
Número de vehículos eléctricos	aprox. 6.600	1 millón	2030 6 millones		
Energía renovable					
Participación del consumo bruto de electricidad	20,30%	Al menos 35%	2030 al menos 50%	2040 al menos 65%	2050 al menos 80%
Participación del consumo energético final bruto	12,10%	18%	2030 30%	2040 45%	2050 60%

Fuente: Energiekonzept 2010

Tabla 1: Objetivos de la transición energética

Fuente: Universidad Nacional de Tres de Febrero, G, Gómez, R., & Romandetta, A. (s. f.). Evaluación y monitoreo de un proceso de transición energética, 2022 recuperado de *Energiekonzept 2010 – BMW*
<https://www.revistas.untref.edu.ar/index.php/innova/article/view/1359/1122>

El cuadro anterior (fig. 1) muestra los objetivos planteados con un plazo hasta el 2050, donde se definen de acuerdo a las categorías de: emisiones de gases de efecto invernadero, eficiencia, edificios, transporte y energía renovable.

2.1.2.1. Paquete de alivio energético

En referencia a lo mencionado sobre la crisis energética, diferentes países de Europa instauraron soluciones que puedan convertirse en ayudas económicas para aliviar a las familias en el pago de los precios elevados.

En el caso de Alemania, se instaló el paquete de alivio energético (*Energiepreispauschale – EPP*).

El mismo día en el que dejó de estar vigente el ticket de 9 euros (1ero de septiembre del 2022) comenzó a ser posible adquirir el derecho a la tarifa plana de energía (EPP). Esta tarifa de 300 euros tenía por objetivo aliviar a los grupos de población que

normalmente incurren en gastos de viajes con relación a la generación de ingresos y cuyo aumento de precios en la energía producto de lo que se viene comentando, significa una carga económica.

Quienes en su momento se definieron como beneficiados del plan, eran aquellas personas que vivieran o permanezcan habitualmente en Alemania durante el año 2022 y que reciban ingresos de alguno de los tipos estipulados por el decreto, entre ellos: agropecuaria y forestal; empresa comercial; trabajo por cuenta propia.

Las personas que vivieran dentro del país pero que estaban empleadas por empleadores en el extranjero también podían adquirir el beneficio.

En septiembre del 2022 se firmó la tercera edición del paquete de alivio energético, el cual reducía la carga económica de los ciudadanos alemanes en 65 mil millones de euros. Los impactos, a simple vista cuando se firmó, fueron: congelamiento de los precios de la electricidad, bonos de 300 euros para jubilados y 200 euros para estudiantes, subsidios más altos a las viviendas de personas de bajos recursos económicos, aumento de prestación de beneficio económico a personas con hijos entre los años 2023 y 2024, y desgravaciones fiscales a través de medidas impositivas (Third relief package of 65 billion euros | Federal Government, 2022).

En diciembre del 2022 se votó en el parlamento para otorgar el paquete de alivio energético a pensionados (s. f.)¹³.

2.1.3. Efectos de COVID

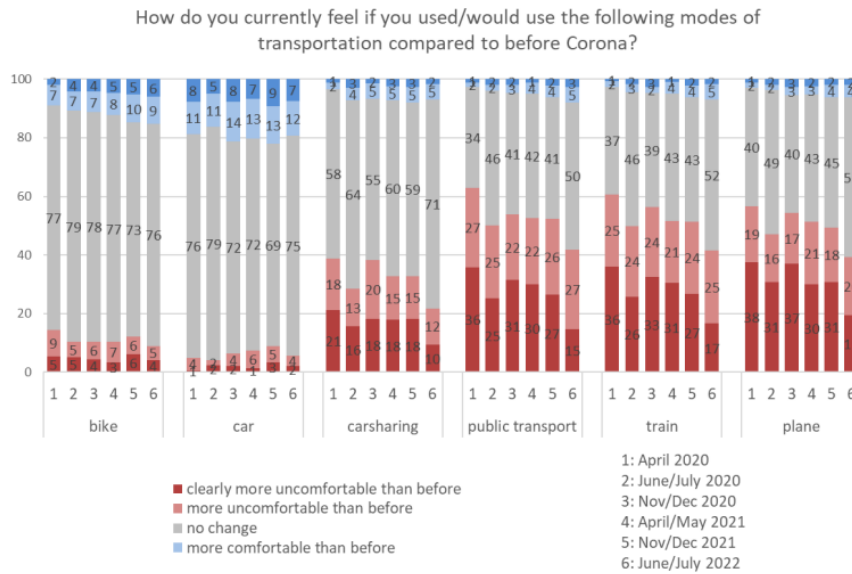
En marzo del 2020 se declaró estado de emergencia a nivel mundial por la nueva pandemia del Coronavirus (COVID-19). En Alemania, al igual que en todos los países del mundo, tuvo un efecto directo en el estilo de vida de las personas.

En esta investigación, será enfocado el efecto/los efectos que tuvo en el transporte en Alemania y como, de manera directa e indirecta, repercutió en la decisión de crear un ticket económico para los usuarios.

¹³ A. (s. f.). FAQs „Energiepreispauschale (EPP)“ - Bundesfinanzministerium - Service. Bundesministerium der Finanzen.

<https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/FAQ/energiepreispauschale.html>

Fig. 2



1.-6. DLR survey on mobility in times of crisis, persons aged 18 and over, in percent

Fuente: *The decline of public transport during the covid-19 pandemic and the impact of the 9-euro-ticket in the summer 2022 – results of a multiple-wave study in Germany, 2022*

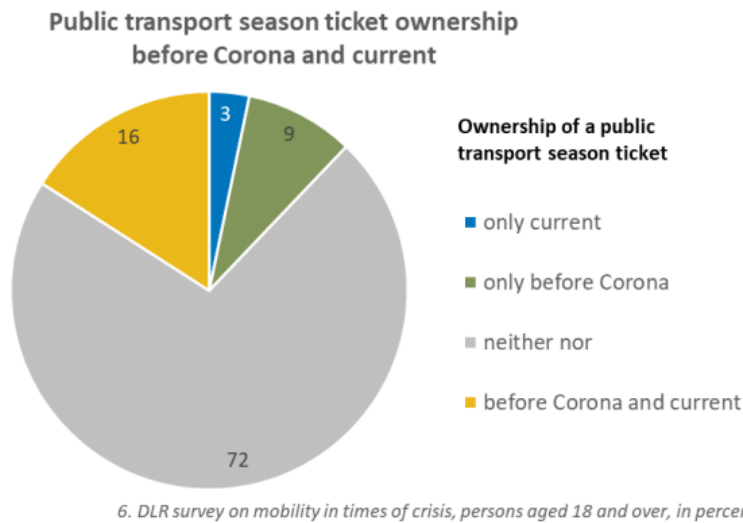
En abril del 2020, se alcanzó la cifra mínima de uso de transporte, cuando se llegó a un porcentaje del 40% menor al año anterior. Esto incluye todos los modos de transporte, pero especialmente autos. En lo que respecta al transporte público, ya sea regional como de larga distancia, el volumen del mismo también se vio reducido.

En el gráfico que se observa anteriormente (fig. 2), se describe los resultados de una encuesta (C. Nobis, V. Kolarova, 2022) tomada en varios meses de tres años diferentes (2020, 2021 y 2022), donde se analizaba el nivel de comodidad de los usuarios en los diferentes tipos de transporte (de izquierda a derecha: bicicleta, auto, auto compartido, transporte público, tren y avión).

Se encuentran representados cuatro colores diferentes que responden a (de arriba hacia abajo): claramente más cómodo/a que antes; más incómodo/a que antes; sin cambios; más cómodo/a que antes.

En la encuesta se puede dilucidar que las personas, en abril del 2020, no sentían el transporte público como un medio de transporte cómodo o seguro, por cuestiones de sanidad y contacto con otras personas que podían estar o no enfermas. Esto repercutió de manera directa en el uso de vehículos privados, ya sean bicicletas como autos (C. Nobis, V. Kolarova, 2022).

Fig. 3



Fuente: The decline of public transport during the covid-19 pandemic and the impact of the 9-euro-ticket in the summer 2022 –results of a multiple-wave study in Germany, 2022

En el gráfico (fig. 3) se observa que antes de la pandemia, un cuarto de las personas encuestadas poseían un ticket para el transporte público (representado con el color verde), y teniendo en cuenta en el momento realizado la encuesta, un 20% menos de ellos lo poseían¹⁴.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo:

Es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2014).

Es un derecho social, y la meta es satisfacer las actividades del visitante que estando lejos de su hogar, requiere de alimentación, alojamiento, transporte, diversión y trato humano.

¹⁴ Más adelante se verá cómo esta encuesta obtuvo un resultado diferente conforme la inclusión del ticket de 9€

No es la cura a los problemas inherentes del ser humano producidos por los cambios de la humanidad, sino que sirve para mejorar la calidad de vida de la población que elige invertir su tiempo libre en el turismo.

En los años en los que se intentó construir una definición de turismo, se han notado siempre particularidades que están presentes en cada conceptualización de término (OMT, 1998, p. 46) como lo son:

- el movimiento físico realizado por los turistas, que son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- la estancia, que en el caso del turismo es no permanente.
- lo que comprende, es decir, el viaje al destino como las actividades que allí se realizan.
- las motivaciones del turista.

En primer lugar, es necesario contextualizar el planteo del turismo como sistema, ya que de esa manera es la que se plantean sus elementos. La teoría general de los sistemas (TGS) surgió con trabajos realizados por Ludwig von Bertalanffy, y la misma no busca solucionar los problemas sino producir teorías y formulaciones que se aproximen a la realidad, y también como una orientación hacia una práctica para formas de trabajo interdisciplinarias. Se caracteriza por su perspectiva holística, donde se destacan las relaciones que se producen a partir de ella (Ludwig von Bertalanffy, 1973).

Para von Bertalanffy, la TGS debería constituirse como un mecanismo de integración entre ciencias naturales y sociales, y definía al sistema como “un conjunto de elementos que son interrelacionados entre ellos y también relacionados con el entorno” (Ludwig von Bertalanffy, 1973).

En este sentido, es importante aclarar que el concepto de sistema permite un desarrollo del estudio científico desde diferentes perspectivas, y estructuras, comprendiendo así una utilidad teórica y práctica. El concepto de sistema se aplicó para construir un término donde los elementos se relacionan entre sí, tiene precisión en el tiempo y el espacio y a su vez, una cohesión interna. Determinando al turismo como un sistema, se incluyen componentes que, vistos en el párrafo anterior, se relacionan y así forman lo que se conoce como la actividad turística. Esta construcción de la actividad es lo que hace entender al turismo dentro de su complejidad y naturaleza interdisciplinaria.

Es por esta razón que, como se definió anteriormente, el turismo es una actividad interdisciplinaria y que guarda relación con otros sectores/ciencias/actividades.

El turismo, entonces, puede afectar a diferentes sectores de la sociedad, ya sea a nivel regional como mundial. Sin duda, uno de los efectos más investigados y que están en vena son los socioculturales y los ambientales.

En lo que respecta a los efectos socioculturales, estos se encuentran en las consecuencias de, por ejemplo, la construcción de un nuevo centro turístico (pensando en una ciudad que no tiene un gran desarrollo y que cuando se la potencia turísticamente - ya sea a la ciudad misma o a sus alrededores -, esto presenta un efecto directo e indirecto en la sociedad habitante). Se puede notar en la modificación de la estructura poblacional, ocupacional, costumbres de la población local, cambios en los niveles de educación, etc. Estos cambios siembran en los residentes, en situaciones extremas, un sentimiento de turismofobia¹⁵.

2.2.2. Transporte

Antes de individualizar la concepción del transporte en materia de turismo, para poder luego entender la actividad y su relación con el tema elegido en el proyecto final, se considera relevante ir desde lo general del término. Para lo anterior, se comenzará por definir al transporte, elementos, y de la manera en la que se subdivide (de acuerdo a los tipos y funciones), para luego analizar las características del tipo de transporte relacionado con el ticket de 9€.

El transporte se define como una actividad que pertenece al sector terciario y que consiste en el desplazamiento de objetos o personas desde un punto de origen a un punto de destino, mediante un vehículo que utiliza una determinada infraestructura - conceptualizada como red de transporte¹⁶ -.

En él circundan tres elementos que comprenden a la relevancia del concepto: infraestructura, vehículo y empresa prestadora del servicio¹⁷.

Comenzando por el primer elemento, la infraestructura, la misma abarca desde las construcciones integradas al sistema de transporte y que son utilizadas para que

¹⁵Se refiere al resultado ocasionado por la mala planificación de los destinos turísticos y que ha venido a reflejar sus efectos gracias a las grandes cantidades de turistas que llegan a las ciudades, que acarrearán con ellos más problemas que soluciones". <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-turismofobia/>

¹⁶ <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/transportes.html>

¹⁷ <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-3111.pdf>

circulen hasta las destinadas al depósito, almacenamiento y/o transferencias de la mercadería de un vehículo a otro (portal web de arquitectura Arkiplus)¹⁸ La importancia de este elemento radica en que sin él no es posible garantizar la seguridad y bienestar de la sociedad que hace uso del transporte, ya que éste es utilizado por grandes cantidades de personas diariamente para su movilidad¹⁹.

Existen cuatro tipos de infraestructura de transporte que se relacionan con los tipos: portuaria, sistema vial urbano, ferroviaria (de la cual se hará hincapié a lo largo del trabajo de investigación) y para el transporte aéreo.

El segundo elemento es el del vehículo. Este término se refiere al medio de transporte, que en el caso del ticket de 9€, el vehículo es de motor (es decir, necesita de un motor para su propulsión) y en el caso de los vehículos para pasajeros, del cual más se ha hecho uso en estos tres meses que fue válido el ticket, se encuentran bajo el criterio de homologación “categoría M”²⁰.

El tercer elemento es la empresa prestadora del servicio. Este concepto comprende a quienes son los encargados de la logística de la mercadería o de la experiencia de los pasajeros.

<https://helloauto.com/glosario/vehiculo>

En cuanto a los medios de transporte que se encuentran (OMT, 1999), éstos podemos definirlos como:

- carretero
- ferrocarril
- marítimo
- aéreo

En el desarrollo del trabajo final será nombrado el ferrocarril como transporte principal de la investigación, aun teniendo en cuenta que el ticket incluyó al transporte marítimo (ferry). Aclarado esto, se procede a especificar qué es lo que se entiende por transporte

¹⁸ <https://www.arkiplus.com/infraestructura-de-transporte/>

¹⁹ En Alemania, el término “movilidad” (Mobilität en alemán) es una temática altamente conversada e investigada. Es por esta razón que se considera relevante diferenciarlo de “transporte” (Verkehr en alemán, que también se refiere a “tráfico”). “Movilidad” realizada es la que efectivamente satisface las necesidades de los pasajeros de ir de un destino a otro. “Transporte” es el medio con el cual se satisface esa necesidad. Este tema es visto en cuanto a la división corporativa de Deutsche Bahn (empresa encargada del transporte ferroviario en Alemania) siendo movilidad la subdivisión de transporte de pasajeros. (Becker, U.; Gerike, R.; Völlings, A, 1999)

²⁰ <https://helloauto.com/glosario/vehiculo>

ferroviario

El ferrocarril, al principio, era utilizado sólo como medio de transporte de mercancías, es por esto que las primeras líneas tienen conexión directa con puertos y grandes ciudades. La utilización del mismo fue fundamental para el crecimiento social y económico de las poblaciones (Gonzalez Cobreros, 2006), deviniendo en el uso para el turismo, del cual se hará mención más adelante.

Existen diferentes clases de trenes, siendo los mismos: (Gonzalez Cobreros, 2006)

- cercanías: el cual es un servicio que se encuentra mayoritariamente en las grandes ciudades y es el facilitador de la comunicación entre las poblaciones más cercanas. Una característica de este servicio es que los usuarios son en su mayoría trabajadores que van desde una ciudad a hacia otra por sus empleos, como también para tiempo de ocio (sobre todo en los fines de semana). Por esta razón, muchas veces son mencionadas como especie de transporte o metro interurbano.
- regionales: el objetivo principal de esta clase de tren es la de comunicar distintas áreas de una misma comunidad autónoma, o territorios que se encuentren a menos de tres horas. Si bien no son trenes de alta velocidad, algunos superan los 160 km/h.
- larga distancia: trenes que sus paradas, generalmente, son en grandes ciudades o ciudades con mayor población. Tiene clases bien diferenciadas (primera y segunda).

2.2.2.1 Transporte turístico

La relación entre turismo y transporte se ve en la definición dada por Burkart y Medlik (1981) donde se conceptualiza al transporte como “el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino” (citado en OMT, 2000, p. 109).

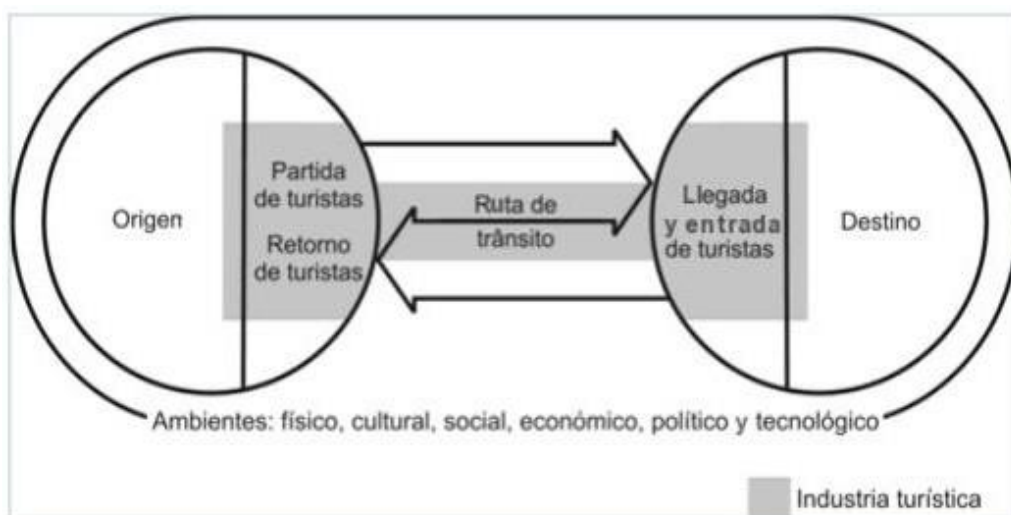
En sí, se puede analizar desde dos perspectivas: el transporte como medio efectivo para ir de un origen (lugar de residencia del viajero) hasta el punto de destino, y viceversa o mismo el transporte como atractivo turístico (utilizando el sistema turístico de Leiper, 1990 Fig. 2, citado en OMT, 2000, p. 110). Esto último tiene un sentido de experiencia turística cuando se toma en cuenta la ruta que atraviesa.

Es importante recordar que uno de los elementos del transporte es la infraestructura, y cuando se habla de un destino turístico el mismo no va a tener un crecimiento tan relevante si carece de esta infraestructura (OMT, 2000); esto puede notarse en ciudades argentinas que luego del cierre de ramales ferroviarios se convirtieron en ciudades fantasmas.

Históricamente, el transporte - en particular el ferroviario -, sirvieron como medio de desarrollo de los balnearios y alojamientos resorts en la costa, contribuyendo al tan famoso concepto de turismo de “sol y playa”.

El transporte, en cualquiera de sus tipos, abre constantemente nuevos mercados.

Fig. 4



Modelo teórico del enfoque espacial de Leiper (1979, p.404)

Fuente: OMT, 2000, p. 110

La relación del transporte con el turismo es bidireccional. El turismo crece gracias al desarrollo del transporte, y de manera inversa, el transporte se potencia por la ubicación de nuevos centros turísticos o sitios que despiertan interés (Acerenza, 1998).

2.2.3. Políticas públicas

Las políticas públicas son “el resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental”. (Meny & Thoenig, 1992, p. 89)

Como tal, se le atribuyen algunas características (Meny & Thoenig, 1992, p. 90):

- se identifica como un contenido, es decir, existen recursos que se movilizan para

generar resultados o productos.

- tiene un programa, esto se refiere a que detrás de una acción hay un marco de actividades que articulan entre sí.
- este programa, estas acciones, constituyen una orientación normativa (se satisfacen intereses, tienen valores y objetivos).
- la legitimidad está dada por la autoridad legal.
- estos actos, objetivos, disposiciones afectan la situación, intereses y comportamientos a quienes están dispuestas.

Las políticas públicas son un proceso, y como tal comienza cuando, por ejemplo, el gobierno identifica un problema y determina la evaluación de los resultados y consecuencias, para poder eliminarlo o reducir su impacto.

Este proceso posee las siguientes fases (Tamayo Sáez, 1997, p. 2):

- identificación y definición del problema
- formulación de las alternativas de solución
- adopción de una alternativa
- implementación de la alternativa seleccionada
- evaluación de los resultados obtenidos

A la hora de identificar el problema (primera etapa del proceso o ciclo), quien los analiza debe identificar a quienes interfieren en él, es decir, los actores.

Para definirlo, se tienen en cuenta herramientas políticas, como son: las consultas, las reuniones, las negociaciones, para luego utilizar las técnicas instrumentales: fijación de fronteras del problema, cuantificación del número de afectados (Tamayo Sáez, 1997).

Es importante que al problema se lo anticipe, ya que el análisis de las políticas posibles no es igualmente efectivo si no se lo detecta con antelación. Por ejemplo, una política reactiva, es decir la que existe cuando la cuestión ya llegó a un punto en el que no es más que una crisis, no es detectar intencionalmente el problema.

Debe tenerse en cuenta que detectar el problema con antelación no significa que la política pública vaya a triunfar, sino que quien debe “resolverlo” sabe de qué manera y cuenta con los mecanismos, que son: (Tamayo Sáez, 1997)

- función directiva: direcciona a la organización para poder afrontar la causa.

- participación en redes de gestión: es la articulación de actores públicos y privados en el ciclo de producción de una política.
- diseño de segmentos organizativos especializados en la detección de problemas: todas las oficinas, gabinetes, unidades que recopilan la información para establecer qué es lo que hay que resolver.
- análisis de los clientes/usuarios
- evaluación de las políticas y de los programas en funcionamiento: esto es evaluar los antecedentes, si es que existieron.

2.2.3.1 Políticas públicas vinculadas al turismo

El tema elegido para el desarrollo del trabajo final no es directamente una política pública turística ya que el marco en el que se desarrolló no fue planteado como tal. Sin embargo, tuvo consecuencias en el sector por lo que caracterizarla dentro de las mismas no es aislado.

Las políticas públicas comprenden objetivos y contenidos que se utilizan en la constitución de herramientas de carácter estratégicas para poder fortalecer aspectos relevantes de la política. Estos objetivos y contenidos están determinados dentro de una agenda pública, regional y nacional y se destaca un concepto que acude a lo anteriormente definido: innovación. La idea central de la misma es “potenciar la creatividad” (Hernández, D., Merli, C., & Morán, S; p. 7).

Teniendo en cuenta el alcance de la política definida por el gobierno alemán, se la definió también incluyendo a los turistas o personas no residentes del país (a diferencia del antecedente explicado en el caso de Tallín), con lo cual se puede descifrar la relación indirecta con la actividad turística.

El turismo incorporado en la agenda de políticas públicas es complementario a las actividades productivas locales (Hernández, D., Merli, C., & Morán, S).

El “beneficio” de implementar una política turística gubernamental permite minimizar los posibles conflictos entre el sector privado y el público. La política turística tiene diferentes objetivos de acuerdo a la zona, región o país y de acuerdo a los productos turísticos existentes. En general, se basan en propiciar el crecimiento de los ingresos nacionales, progresar en el desarrollo y equilibrios regionales, conjunto a los nombrados en el párrafo anterior. También intenta dar respuesta a los “fallos” que se producen dentro del mercado turístico, que pueden devenir de una administración no del todo correcta desde la iniciativa privada, exigiendo una intervención del gobierno. El gobierno al establecer una política turística debe contemplar quien la ejecutará, quien deberá también

diseñar acciones y metas, para eso deberá identificar las necesidades, los objetivos en el área social, económica y ambiental, como también implementar estrategias y programas.

CAPÍTULO 3: DESARROLLO Y RESULTADOS

3.1. Generalidades.

Como fue expuesto a lo largo de los anteriores capítulos, el tema a desarrollar se refiere al ticket de 9 euros que fue dispuesto por el gobierno alemán para ser utilizado por residentes y no residentes del país durante tres meses consecutivos (junio, julio y agosto de 2022) como parte del

Paquete de alivio energético en consecuencia de la guerra de Ucrania – Rusia y el impacto que dejó la pandemia de COVID-19.

El propósito de la investigación es indagar sobre esta política y cómo es conceptualizada dentro del turismo, ampliando los horizontes de su funcionalidad y entendiéndola como parte de la industria turística sin estar directamente pensada dentro de la misma. A su vez, se plantea analizar un caso de estudio que generó polémica en materia de ambiente, perspectiva de locales y turistas como fue la cantidad de gente que llegó a la isla de Sylt, ubicada al norte de Alemania.

Por último, y teniendo en cuenta que se ha llegado un acuerdo para la incorporación de otro ticket diferente al explicado en la investigación, se agregará al estudio como interpretación de resultados basados en opiniones de encuestas ya hechas y también como recopilación de diferentes fuentes de información.

En este capítulo se verá, a través de estadísticas y datos ya formados por diferentes centros de estudio, cómo fue el planteo de la política, qué efectos tuvo y qué opiniones formó dentro de los usuarios. También se presentará, a modo de resumen, lo sucedido en Sylt y qué expectativas hay con respecto al ticket en los próximos meses.

3.2. Desarrollo

Esta sección del tercer capítulo será destinada a la recopilación de información y datos brindados por fuentes oficiales y/o estudios realizados en materia de investigación del tema.

El propósito de este apartado es trazar una temporalidad y profundizar el tópico en

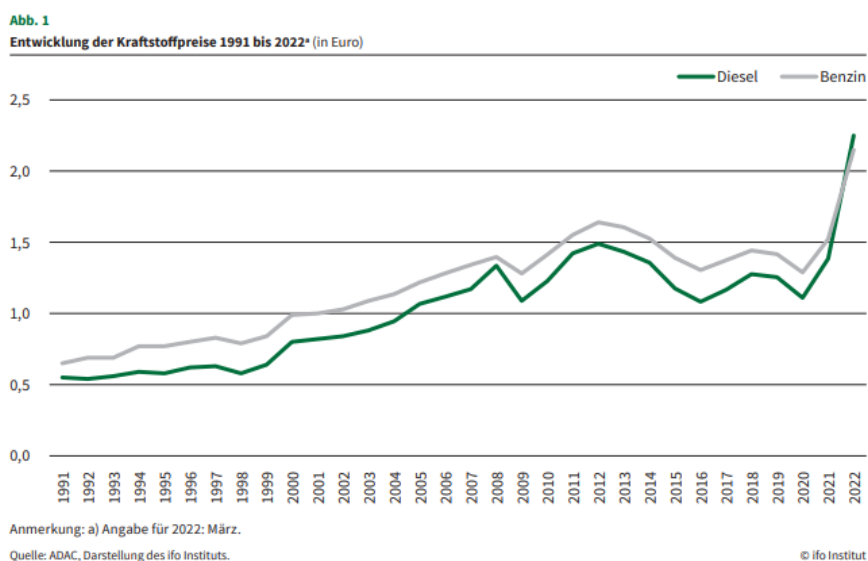
cuestión, yendo desde el comienzo del planteamiento de la política pública, su aplicación y resultados presentados (con base de encuestas varias que ya han sido hechas por terceros).

Se decide empezar, entonces, con lo que fue el camino a pensar el ticket de 9 euros comouna posibilidad y el comienzo de su aplicación.

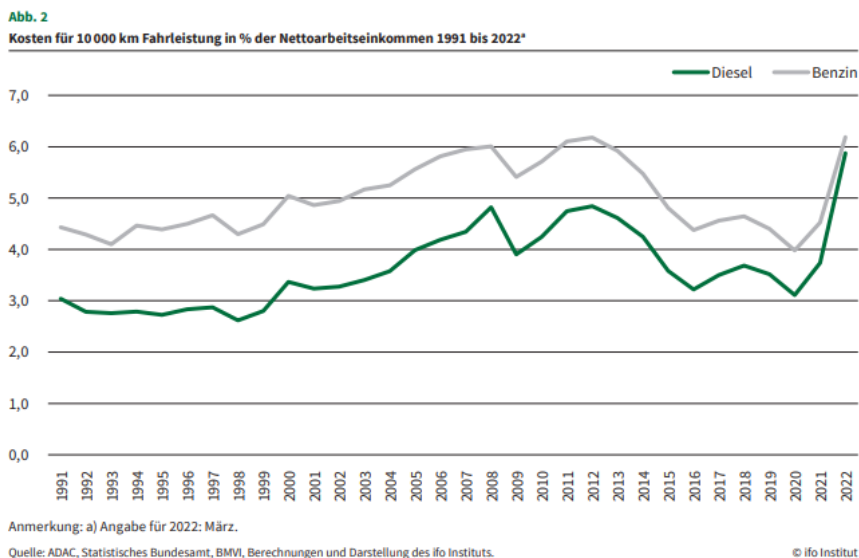
Como fue comentado en el capítulo anterior, la idea del ticket nace ante el reflejo de las consecuencias que la guerra Ucrania – Rusia estaba teniendo en los precios de la energía y el combustible, y cómo eso estaba impactando no sólo en cuestiones gubernamentales sino también en la sociedad alemana – directamente – y en vista al invierno que se aproximaba.

A una semana de haber comenzado la guerra, a mediados de febrero 2022, los precios de la gasolina Super E10 y Diesel habían aumentado en 5,4 céntimos y 5,9 céntimos correspondientemente²¹ (Trinquete, 2022), alcanzando precios históricos.

Fig. 5 y 6



²¹ Recuperado de: Trinquete, A. T. (2022b, marzo 1). Gasolina y diésel alcanzan máximos históricos en Alemania - Prensa Latina. Prensa Latina Últimas noticias - Agencia Informativa Latinoamericana. <https://www.prensa-latina.cu/2022/02/28/gasolina-y-diesel-alcanzan-maximos-historicos-en-alemania>



Fuente: Ragnitz, Joachim (2022) Vol. 29, Iss. 02, pp. 19-21

Se observa en los gráficos presentados anteriormente como fue la evolución de los costos de la nafta y diésel en los últimos 31 años (Ragnitz, Joachim; 2022).

Los consumidores se vieron directamente afectados, en particular, por la fuerte subida de los precios de los combustibles en el 2022. Un litro de Diésel costaba 1,33€ en marzo del 2021, al año siguiente costaba 2,30€ (Fig. 5)

También se observa la relación entre cuánto representaba el gasto de la gasolina en los sueldos medios en 1991 y en 2022 (Fig. 6). En 1991, recorrer una distancia de 10000km representaba un 4,4% (nafta) y un 3,0% (diésel) del sueldo promedio. En el 2022, la misma distancia, significaba un impacto en los salarios de un 6,2% y 4,8% respectivamente (Ragnitz, Joachim 2022).

A la hora de plantear esta política, se analizaron diversos puntos de vista, y se repitieron algunas cuestiones que cuestionaban referentes de partidos políticos, también diferentes alternativas al ticket.

En lo que respecta al contexto institucional, es necesario posicionarse en el 2021 cuando en las elecciones generales se formó una nueva coalición entre los demócratas (SDP), los verdes (Grünen) y los liberales (FDP). En este nuevo gobierno se formó un sector destinado a la movilidad sustentable, entendida como la forma de transportarse de la manera menos nociva para el ambiente.

Cuando comienza la guerra de Ucrania – Rusia, y cómo fue explicado anteriormente, los precios de productos y de estilo de vida, en especial de la energía y combustibles subieron exponencialmente, por lo que nació el concepto de paquete de alivio energético (Gohl & Schrauth, 2022).

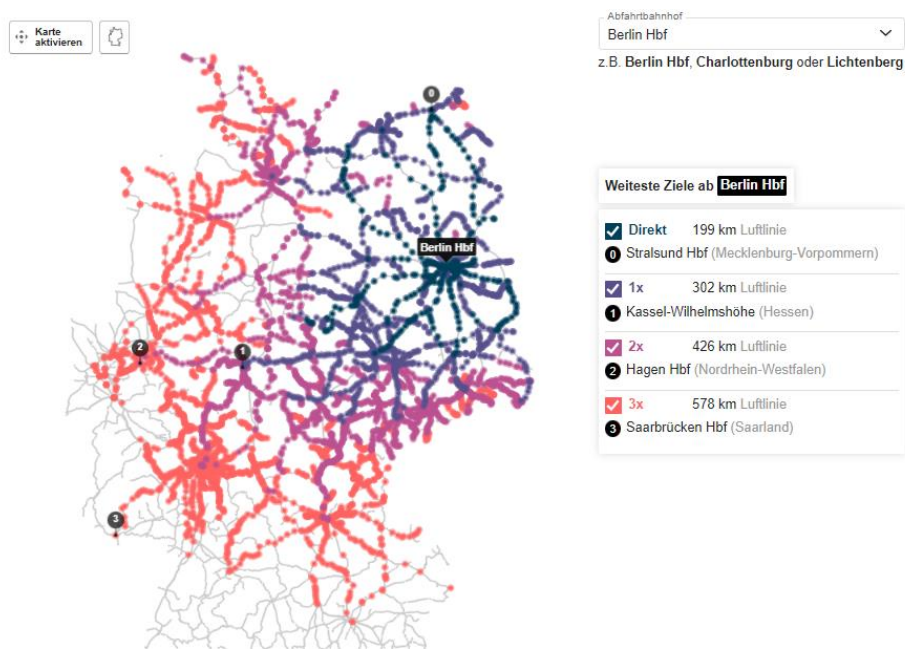
El ticket de 9 euros fue parte de la segunda edición del paquete, para poder sostener formas económicas de transportarse (Gohl & Schrauth, 2022). A su vez, el partido verde se posicionaba en que el ticket tenía el potencial y la oportunidad de reducir las emisiones de carbono (Spiegel Online, 2022).

A la hora de diseñar el ticket, se cuestionó quienes iban a ser realmente los beneficiarios del mismo, entendiendo si se justificaba la inversión y de qué manera iba a ayudar a la parte de la sociedad que estaba siendo implicada por el contexto al que se refirió anteriormente.

TheLocal.de, un portal de noticias alemán, lanzó el 18 de mayo del 2022 un artículo donde se especificaban quiénes gozarían al máximo de la posibilidad de adquirir un billete para el transporte público. Se encuentran, por ejemplo: quienes diariamente tomaban transporte público y que ya poseían un abono mensual o anual (importante comentar que se les iba a ser reembolsado el ticket mensual para poder ser reemplazado por el 9ET); personas que usaban su auto particular y que por este ticket analizaban la opción de cambiar al transporte público; day-trippers o turistas de fin de semanas, quienes aprovecharían la oportunidad para viajar menos de una semana usando el billete; y finalmente, el grupo que interesa en esta investigación: los turistas, ya que los no residentes de Alemania podían hacer uso de él sin ningún tipo de inconveniente ni documentación específica («Who benefits from Germany's €9 public transport ticket offer?», 2022).

El ticket comenzó a funcionar a partir del primer día de junio del 2022 y finalizó el 31 de agosto del mismo año. Durante ese período, toda persona que adquiriera el ticket (sin distinción de nacionalidad o si era o no residente de Alemania) podía hacer uso del transporte público local²².

Fig. 7



Fuente: *Beliner Morgenpost*, 2022²³

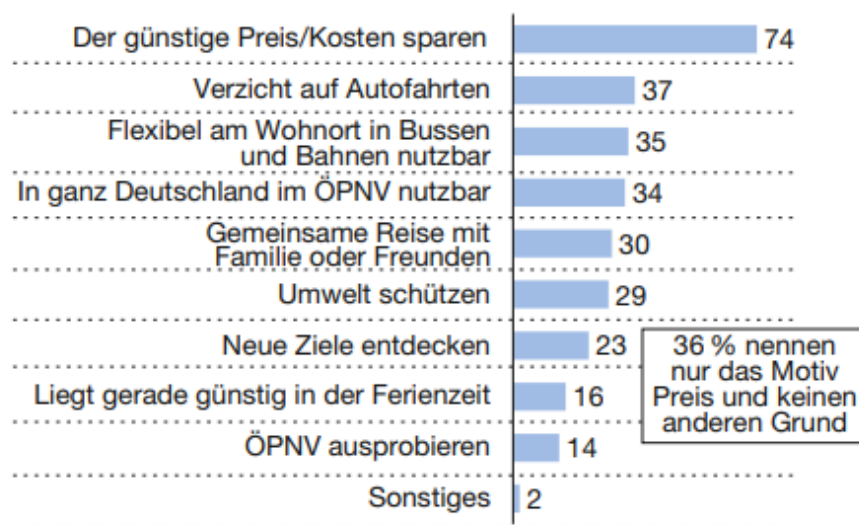
En el gráfico anterior (fig. 7) se observa, a modo de ejemplo, cómo podía conectarse la ciudad capital (Berlín) con otras ciudades o centros rurales (*Beliner Morgenpost*, 2022). Los colores describen cuántas conexiones hasta cierta ciudad (en azul las conexiones directas, en violeta con un cambio de tren, rosa para dos cambios y naranja para más de tres).

Las ventas recolectadas y comunicadas por la Asociación de Empresas de Transporte Alemana (VDV – *Verband Deutscher Verkehrsunternehmen*) mostraron aproximadamente 21 millones de boletos para el primer mes de ventas (junio), y luego esta cifra fue decreciendo (en julio se registraron 17 millones y en agosto un total de 14 millones), dando como resultado una cifra de 52 millones de tickets comprados (VDV, 2022).

²³ Recuperado de: <https://interaktiv.morgenpost.de/9-Euro-Ticket-Bahn-Reiseziel-Karte-Streckenplaner/ab-Berlin/>

Fig. 8

Motive für den Kauf des 9-Euro-Tickets (% der Ticket-Käufer:innen)⁴



Fuente: Krämer et al., 2022, p. 11

En el gráfico que se presenta (fig. 8), se observan los motivos por los cuales la gente decidió adquirir el ticket. De arriba hacia abajo se encuentran: por el precio barato/ahorro de costos; evitar conducir el auto propio; flexibilidad a la hora de transportarse en el lugar de residencia mediante buses; se puede utilizar el transporte público en toda Alemania; viaje con amigos o familia; proteger el ambiente; descubrir nuevos destinos; poder ser utilizado durante la temporada de verano; probar el transporte público; otros (Krämer et al., 2022).

Como se describe, “viajar con familia o amigos” fue elegido por un 30% de los compradores, “proteger el ambiente”, fue elegido por el 29%, “descubrir nuevos destinos” por un 23%, siendo dos de las posturas que toma el trabajo de investigación que se desarrolla (Krämer et al., 2022).

3.3. Impacto del ticket de 9€ en el turismo:

Lo anterior introduce al foco principal de la investigación que es poder analizar de qué manera este ticket impactó en el turismo.

Es necesario aclarar que el contexto en el que se desarrolló el ticket fue durante el período estival (comprendido desde junio hasta septiembre), donde las personas tenían tiempo para vacacionar, y además, se tiene en cuenta que post-COVID la sociedad (no solo la alemana, sino también a nivel mundial) sentía la necesidad de salir y conocer (Assaf et al., 2021). En este “salir y conocer”, hay escritos que muestran que las personas deciden

empezar yendo a lugar cercanos a sus casas para luego viajar internacionalmente, cuando se sientan más seguros (Assaf et al., 2021).

El ticket de 9€ permitió a las personas que lo obtenían, de irse un fin de semana sin tener que reservar un asiento con antelación. Tan sólo iban a la estación de tren de su ciudad y empezaban el recorrido, o se tomaban el bus que los conectaría con un destino cercano.

En los dos primeros meses desde la introducción del billete (junio y julio, los meses fuertes del verano), el volumen de viajes en las zonas rurales se habían duplicado en comparación con el 2019 (más del 104% más) (VDV, 2022).

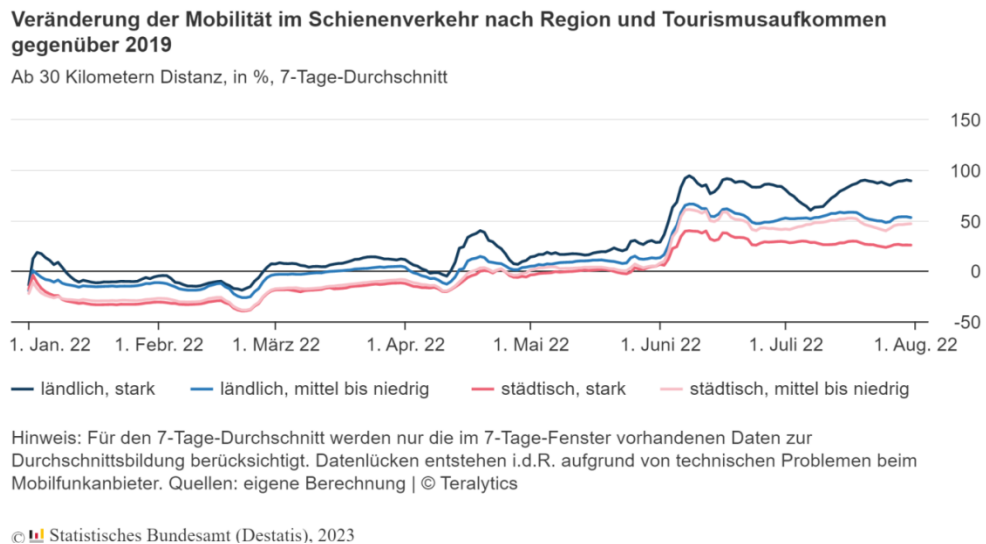
Para trayectos de entre 100km los valores eran de un 55€ más altos de la media. Para aquellos de 300km, un 35% más altos de la media (VDV, 2022).

Se registran también, que los viajes desde zonas rurales, debían de hacerse en “etapas”, esto quiere decir que un trayecto de 200km requería de dos o más cambios de trenes, por lo que terminaban siendo tenidos en cuenta como “varios viajes cortos” en vez de uno largo, como sucede con los trenes de larga distancia (Tageszeitung, 2022)²⁴.

²⁴ Tageszeitung, T. D. (2022, 11 agosto). Erfolge des 9-Euro-Tickets: Mehr Tourismus auf dem Land. *TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH*.

<https://taz.de/Erfolge-des-9-Euro-Tickets/!5874013/>

Fig. 9



Fuente: 9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen, 2022²⁵

El gráfico que se observa (fig. 9) describe la variación ferroviaria por región y volumen de turismo respecto al 2019 (cómo se vió durante el 2022), a partir de 30km de distancia y distribuido en los siete días de la semana y con respecto a los meses desde enero hasta agosto 2022 (9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen, 2022).

En las descripciones debajo se ve representado en azul oscuro rural, fuerte (*ländlich, stark*); en azul claro rural, media a baja (*ländlich, mittel bis niedrig*); en rojo urbano, fuerte (*städtisch, stark*); y en rosa urbano, medio a bajo (*städtisch, mittel bis niedrig*).

A principios de julio se ha producido un ligero descenso en las zonas turísticas rurales respecto al mismo periodo de 2019, especialmente en los viajes en tren de 100 kilómetros o más, este descenso se explica por el inicio de las vacaciones de verano, que en 2019 estaban en casi todos los estados federales fue un poco antes que en 2022. En zonas de desplazamiento urbano con un alto nivel de turismo, el número de viajes en tren de más de 30 kilómetros fue de media un 28% superior en junio y julio de 2022 que en el mismo periodo de 2019. Por tanto, ha aumentado menos que el volumen de viajes en los otros tipos de área (9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen, 2022).

²⁵ Recuperado de: 9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen. (2022). Statistisches Bundesamt (Destatis).

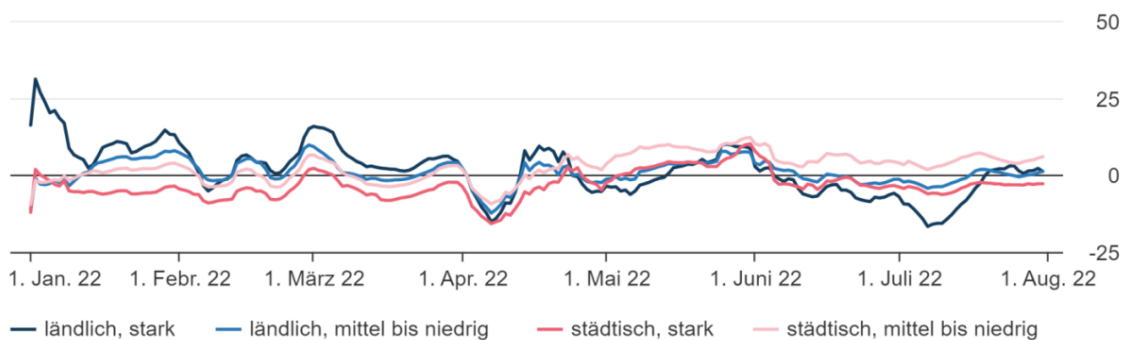
https://www.destatis.de/error_path/400.html?al_req_id=ZCWX4HiwnOTArfvekw93wQAABSs

En el siguiente gráfico (fig. 10) se observa el cambio que se registró con el transporte por carretera entre los meses de enero 2022 y agosto 2022, en términos de turismo. En las descripciones debajo se ve representado en azul oscuro rural, fuerte (*ländlich, stark*); en azul claro rural, media a baja (*ländlich, mittel bis niedrig*); en rojo urbano, fuerte (*städtisch, stark*); y en rosa urbano, medio a bajo (*städtisch, mittel bis niedrig*).

Fig. 10

Veränderung der Mobilität im Straßenverkehr nach Region und Tourismusaufkommen gegenüber 2019

Ab 30 Kilometern Distanz, in %, 7-Tage-Durchschnitt



Hinweis: Für den 7-Tage-Durchschnitt werden nur die im 7-Tage-Fenster vorhandenen Daten zur Durchschnittsbildung berücksichtigt. Datenlücken entstehen i.d.R. aufgrund von technischen Problemen beim Mobilfunkanbieter. Quellen: eigene Berechnung | © Teralytics

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2023

Fuente: 9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen, 2022²⁶

El tráfico por carretera sigue representando la mayor parte del transporte de pasajeros. Sin embargo, a partir de los datos utilizados aquí, no es posible diferenciar entre transporte público (p. ej., autobús) y transporte individual (p. ej., automóvil), es decir, los viajes registrados en la carretera pueden haberse realizado en automóvil o en autobús. Al igual que en el tráfico ferroviario, también se observa una tendencia temporal a la baja en el tráfico rodado, especialmente en las zonas rurales y turísticas a principios de julio (Statistisches Bundesamt, 2023). La razón de esto es un aumento más temprano de los viajes en el período de referencia 2019, debido a las vacaciones de verano que comenzaron antes en ese momento. Sin embargo, de estos resultados no puede derivarse un cambio regional del transporte por carretera al ferroviario. Aunque hay una disminución en el tráfico por carretera en tres de las cuatro categorías de áreas desde principios de junio en

²⁶ Recuperado de: *9-Euro-Ticket: Mehr Bahnverkehr vor allem in ländlichen, touristischen Regionen*. (2022). Statistisches Bundesamt (Destatis).

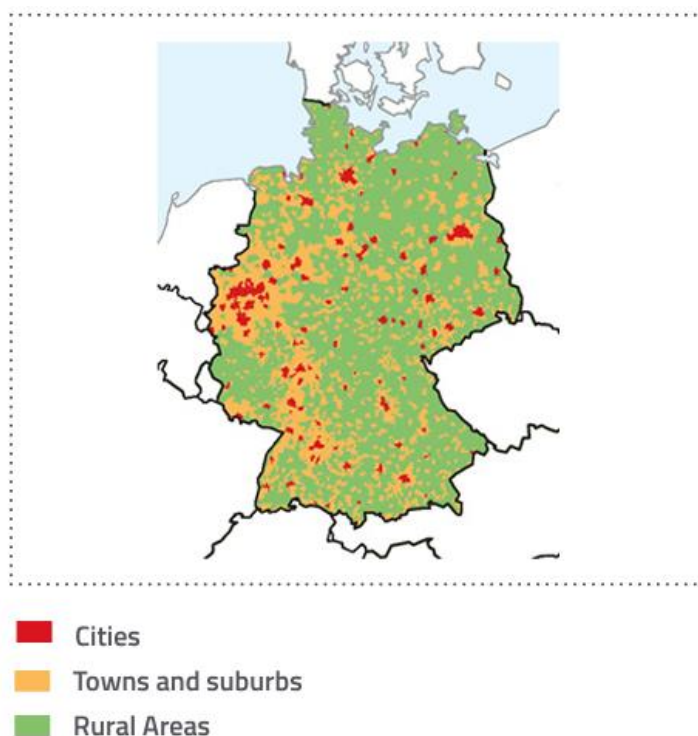
https://www.destatis.de/error_path/400.html?al_req_id=ZCWX4HiwnOTArfvekw93wQAABSs

comparación con 2019, los viajes por carretera están de vuelta desde mediados de julio (Statistisches Bundesamt, 2023).

La media de viajes de entre 30 y 100 kilómetros por carretera en junio y julio fue ligeramente superior a la de 2019. Sin embargo, a partir de una distancia de viaje de 100 kilómetros, los movimientos en el tráfico rodado desde junio de 2022 han estado por debajo del nivel de 2019. En áreas de viaje fuertemente influenciadas por el turismo, los movimientos en junio y julio de 2022 para distancias entre 100 y 300 kilómetros estuvieron en promedio en un 13 % (rural) y un 9 % (urbano) más bajo que en el período de referencia de 2019 (Statistisches Bundesamt, 2023). En áreas con niveles medios a bajos de turismo, los movimientos del tráfico estuvieron un 7 % por debajo de los niveles anteriores a la crisis en las áreas rurales y alrededor de los niveles anteriores a la crisis.

En las zonas urbanas, de 300 kilómetros recorridos, las disminuciones del tráfico carretero respecto a 2019 fueron las más significativas: ascendieron al -18% en todas las zonas rurales, independientemente de la categorización turística. En áreas urbanas, un 12% menos de viajes se realizaron en regiones muy turísticas y un 10% menos en ciudades con un nivel de turismo medio o bajo (Statistisches Bundesamt, 2023).

Fig. 11



Fuente: Eurostat, JRC and European Commission Directorate-General for Regional Policy, 2016²⁷

²⁷ Recuperado de: <https://ruralsharedmobility.eu/wp-content/uploads/2019/08/SMARTA-IP-DE.pdf>

Fig. 12

Change in mobility in rail and road transport, rural areas (high tourism)

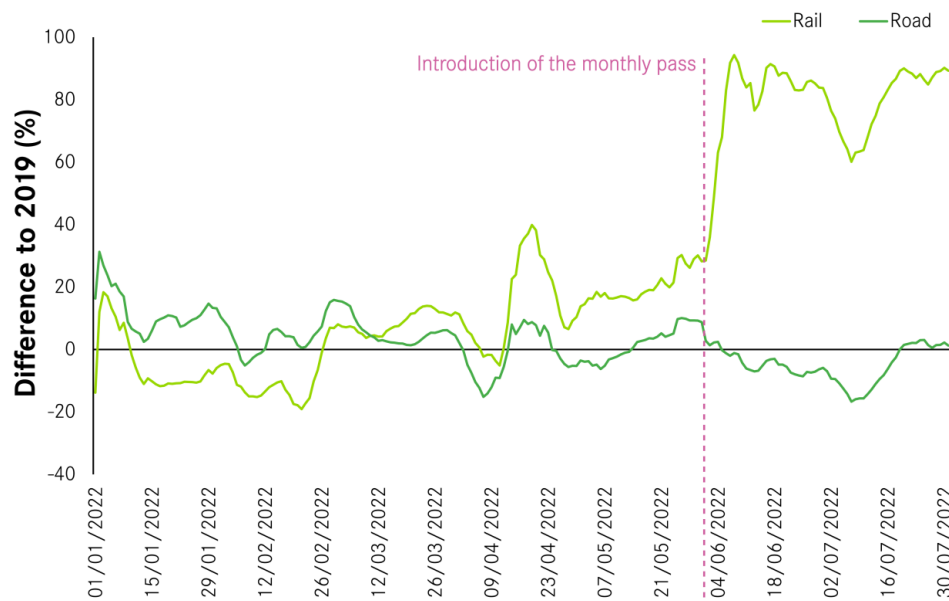
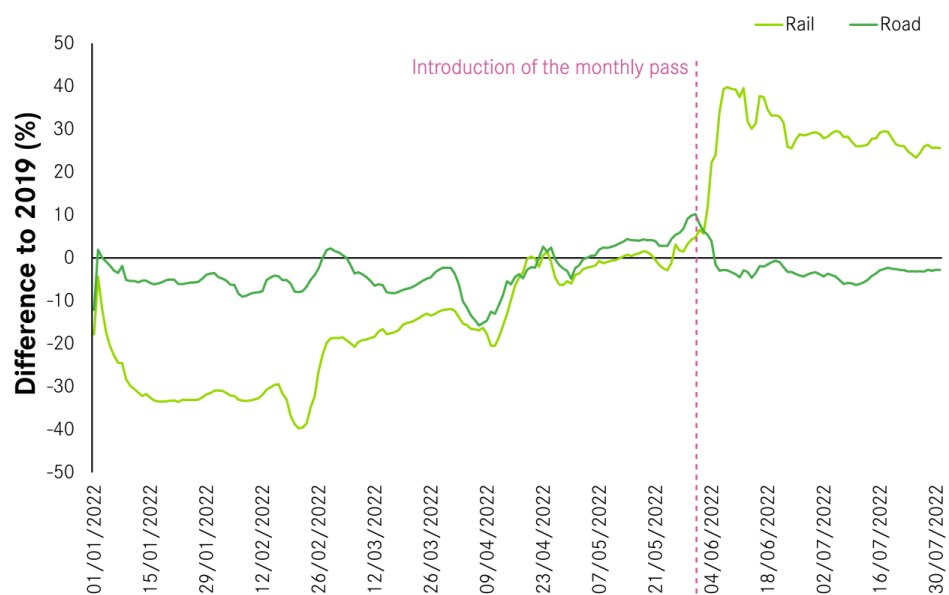


Fig. 13

Change in mobility in rail and road transport, urban areas (high tourism)



Fuente: Campbell, 2022²⁸

En el gráfico (fig. 11) se observa a qué se refiere cuando se habla de ciudades rurales, urbanas y pueblos (en rojos los centros urbanos, en amarillo los pueblos o suburbios y en verde los centros rurales). En los gráficos (fig. 12 y 13) se describe la evolución del transporte ferroviario lo rural y lo urbano. En color verde claro respectivamente

28 Recuperado de: Campbell, C. (2022, 13 septiembre). What can we learn from Germany's €9-a-month public transport scheme? Centre for Cities. <https://www.centreforcities.org/blog/german-nine-euro-monthly-transport-pass/>

y en oscuro el transporte carretero o específicamente auto. A partir de la inclusión del ticket de 9€, el primero evolucionó drásticamente, alcanzando picos records; mientras que el segundo disminuyó a niveles que no se observaban hacía meses (Campbell, 2022).

Las áreas rurales turísticas experimentaron el mayor salto (alrededor del 80 % con respecto a los niveles de 2019 en julio, más del doble del nivel observado en las ciudades), y la mayor parte de este aumento se observó durante los fines de semana (fig. 12).

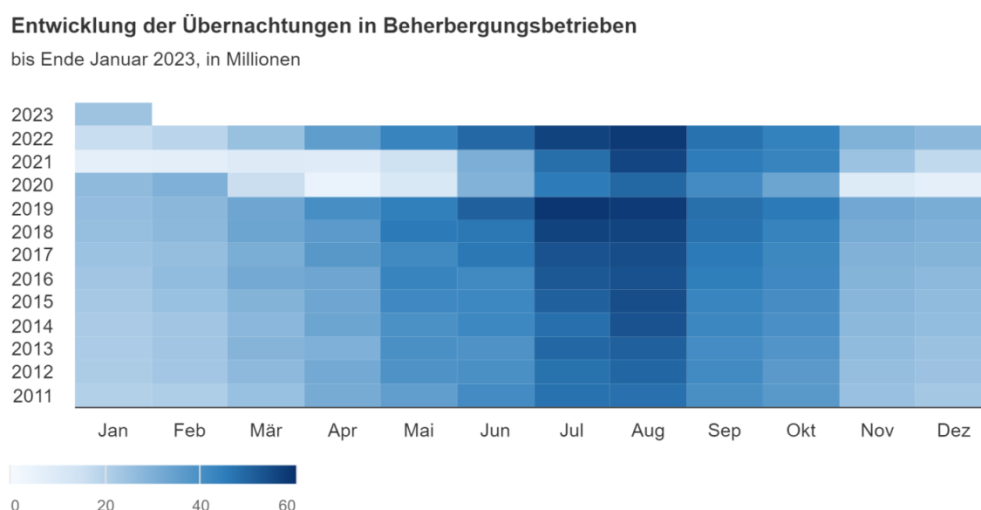
En las áreas urbanas (fig. 13), la introducción del esquema claramente ha desacelerado un marcado aumento en el uso de las carreteras, que a fines de julio todavía se encontraba por debajo de los niveles de 2019 (Campbell, 2022).

En el mes de agosto, el último mes en donde el ticket de 9 euros tenía validez, el turismo interno volvió al nivel anterior al COVID. En este mes se registró un número de pernoctaciones en alojamientos relacionados con el turismo que alcanzó una cifra de 58,2 millones de pernoctaciones, un 0,6% más que en agosto de 2019 (Statistisches Bundesamt, 2023).

El alojamiento que mostró una evolución en sus números es el de los campings, con 9,3 millones, un 14,7% más alto que en agosto del 2019 (Statistisches Bundesamt, 2023).

La situación del coronavirus aparentemente ha intensificado la tendencia ya existente hacia la acampada²⁹.

Fig. 14



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2023

Fuente : Statistisches Bundesamt (Destatis)

²⁹ Esto se ve descrito como fenómeno en el caso de Sylt

En el gráfico anterior (fig. 14) se observan los datos en cuanto al pernocte (*übernachtungen*) hasta enero del 2023. Se puede notar que en los meses que el ticket fue utilizado, las cifras fueron superiores a años anteriores y hasta al borde de ser record (Statistisches Bundesamt, 2023).

El número de estadias de huéspedes de Alemania aumentó un 40,9% hasta los 20,1 millones en enero de 2023 en comparación con el mismo mes del año pasado. En comparación con enero de 2020, eso supuso un 7,5 % menos de pernoctaciones (Statistisches Bundesamt, 2023). El número de estadias de viajeros procedentes del extranjero se duplicó (+103,4%) respecto al mismo mes del año anterior hasta los 3,9 millones. Sin embargo, el turismo transfronterizo en Alemania seguía estando un 23,2 % por debajo del nivel anterior a la crisis de enero de 2020 (Statistisches Bundesamt, 2023).

3.4. Caso Sylt

Para el siguiente apartado dentro del capítulo, se plantea un caso de estudio que tiene relación con el ticket de 9 euros y cómo la masividad de los turistas que aprovecharon la oferta afectó a una ciudad/isla en Alemania.

Para comenzar, es necesario posicionar el sitio en cuestión.

Fig. 15



En rojo marcado dónde se encuentra la isla.

Fuente: *elordenmundial.com*

Sylt está ubicada al norte de Alemania y es la isla más grande Frisia del Norte. Se encuentra situada frente a la costa del Mar del Norte de Schleswig-Holstein (estado alemán).

La isla en sí tiene aproximadamente 40km de playa de arena al oeste de la misma, y marismas al este. Está dentro del Parque Nacional del Mar de Wadden de Schleswig-Holstein y es la cuarta isla más grande de toda Alemania con 9km². Para llegar a Sylt hay diferentes opciones: puede hacerse en avión mediante seis aerolíneas (Eurowings, Lufthansa, Rhein-Neckar Air, SWISS, SYLT AIR y Luxair), en tren, en auto o en ferry (Tourismusbericht ISTS, 2022).

En Sylt se puede recorrer doce poblados: List, Kampen, Wenningstedt, Braderup, Westerland, Munkmarsch, Tinum, Keitum, Archsum, Morsum, Rantum, Hörnum.

El billete de 9 euros era válido para 2ª clase en trenes regionales de Deutsche Bahn, incluida la ruta Hamburg-Altona a Westerland/Sylt. Por cierto, estos trenes también paran en Keitum y Morsum en Sylt. Toda la red de autobuses de las empresas de transporte de Sylt también podían ser utilizados con el billete de 9 euros.

El conflicto comenzó antes de que entre en validez el ticket, cuando en mayo se especulaba con la cantidad de turistas que iban a llegar a la isla a partir de junio y ante la cuestión de pensar que quizás iban a ser demasiados para el tamaño de la isla y que ya normalmente en el verano, el transporte público de la isla se encuentra sobrepasado. Lo anterior fue declarado por el gerente de Sylt Marketing, Moritz Lüft en mayo del 2022 («Besuch auf der Millionärsinsel – 9-Euro-Ticket sinnvoll genutzt», 2022).

Sylt es famosa por ser un destino para personas con un alto poder adquisitivo, y es una de las localidades más costosas de Alemania. Quienes la habitan se caracterizan por riquezas y lujos, y no muchas personas del país pueden permitirse viajar a la isla.

Fig. 16



³⁰ Traducción: "Sylt - destino de ensueño a precio barato. Las blancas playas de ensueño de la isla de Sylt, en el Mar del Norte, atraen a cientos de

Fuente: Deutsche Welle

Deutsche Welle (portal de noticias popular de Alemania) publicaba un artículo comentando lo anteriormente redactado, el hecho que personas puedan visitar este destino ahorrándose dinero en pasajes para llegar (DW, 2022).

Cuando el ticket de 9 euros fue anunciado, comenzó un movimiento que se llamó “Sylt Entern” (Entra en Sylt), donde básicamente personas que normalmente no podrían viajar allí, usarían el ticket a un costo inusualmente barato para poder llegar al destino («Besuch auf der Millionärsinsel – 9-Euro-Ticket sinnvoll genutzt», 2022).

Este suceso prendió las alarmas del sitio en cuestión, no sólo por el impacto ambiental y turístico que iba a tener, sino también por tratarse de un grupo de turistas que no es el que usualmente llega a la isla durante el verano («Besuch auf der Millionärsinsel – 9-Euro-Ticket sinnvoll genutzt», 2022).

En párrafos anteriores se nombró el concepto de “turismofobia”, que si bien no refleja en su totalidad lo que sucedió en Sylt durante el verano del 2022, si se puede decir que por parte de los medios masivos de comunicación locales y también la población de la isla comprendían que la cantidad de gente era riesgoso para la mirada y la percepción que se tiene sobre el destino.

Fig. 17



The screenshot shows a news article from MOZ.de. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu icon on the left, the logo 'MOZ.de' in the center, and a 'Login' link on the right. Below the navigation bar is a horizontal banner image showing a landscape with green fields and a blue sky. The main title of the article is 'Massentourismus auf Sylt' in blue, followed by a larger black title: 'Zu viele Touristen und steigende Mieten – die Insel in der Nordsee am Ende der Ruhe'. Below the title is a short introductory paragraph in German: 'Die Nordseeinsel Sylt beflügelt seit je die Phantasie: Traumdomizil für die anderen, abschreckendes Beispiel irren Reichtums für andere. Und manche versuchen einfach, hier ein ganz normales Leben zu führen. Ein Besuch auf der Insel ergibt ein widersprüchliches Bild.' Below this is the date and time: '11. November 2022, 08:00 Uhr · Westerland / Sylt' and a bookmark icon. At the bottom left, it says 'Ein Artikel von' followed by a profile picture and the name 'Boris Kruse'. The number '31' is visible in the bottom right corner of the screenshot.

Titular de un artículo en línea publicado el 11 de noviembre del 2022

Fuente: moz.de³²

miles de turistas año tras año. La mayoría son adinerados, porque Sylt es uno de los destinos vacacionales más caros de Alemania. Con el billete de 9 euros, al menos era posible llegar a precio económico”. *Schnäppchenpreis se traduce literalmente como “ganga”, es decir, precio muy económico.

³¹ Traducción: “Turismo masivo en Sylt: demasiados turistas y alquileres en aumento: la isla en el Mar del Norte al final de la calma

La isla de Sylt, en el mar del Norte, siempre ha despertado la imaginación: una casa de ensueño para otros, un ejemplo disuasorio de riqueza insana para otros. Y algunos simplemente intentan llevar una vida normal aquí. Una visita a la isla pinta un cuadro contradictorio”.

Al comienzo del ticket, la isla se pobló de personas pero específicamente de un grupo social, los “punks”. Ellos se establecieron en el centro de la ciudad principal del territorio y llamaron la atención por lo ruidosos que eran para los habitantes (Kruse, 2022).

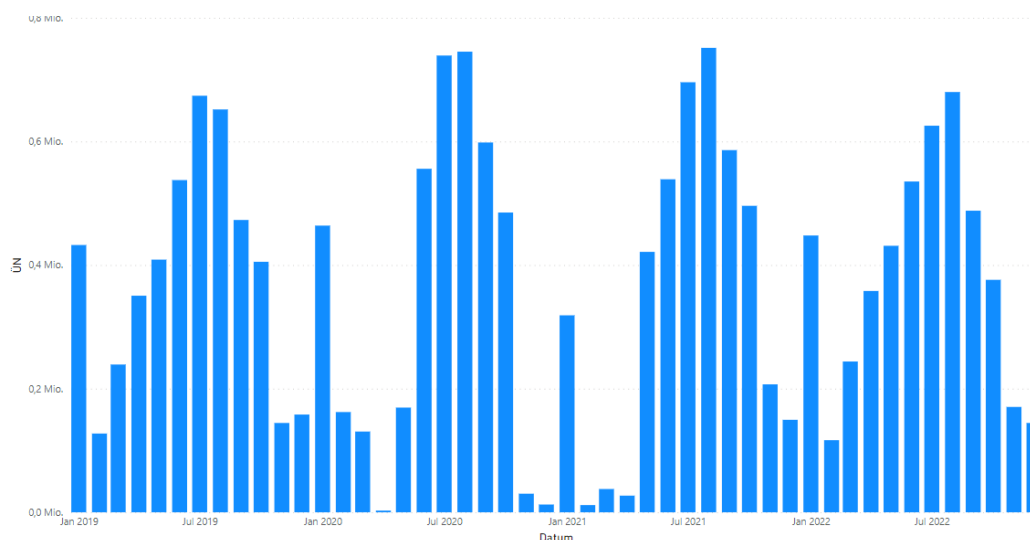
Al comienzo de la manifestación, casi 700 participantes finalmente se reunieron frente a la estación de tren de Westland con una gran cantidad de pancartas. También hubo numerosos periodistas que observaron, fotografiaron y filmaron lo que sucedía. Lo que denunciaban las personas que llegaron a Sylt es que la isla se había consignado como un sitio exclusivo que dejaba de lado a las personas que no pertenecían a cierto grupo social (Kruse, 2022).

Los habitantes de la isla denunciaron que el evento social se debió al bajo costo del transporte público, facilitando el acceso de más personas a Sylt.

Más allá de la cantidad de personas que llegaba a la isla bajo esa consigna política, muchas otras que no tenían relación con los mismos, lo hacían simplemente para vacacionar en vista del bajo precio.

El impacto total de la acumulación de personas que llegaron a la isla durante los meses en los que se pudo utilizar el ticket, dejó los siguientes datos:

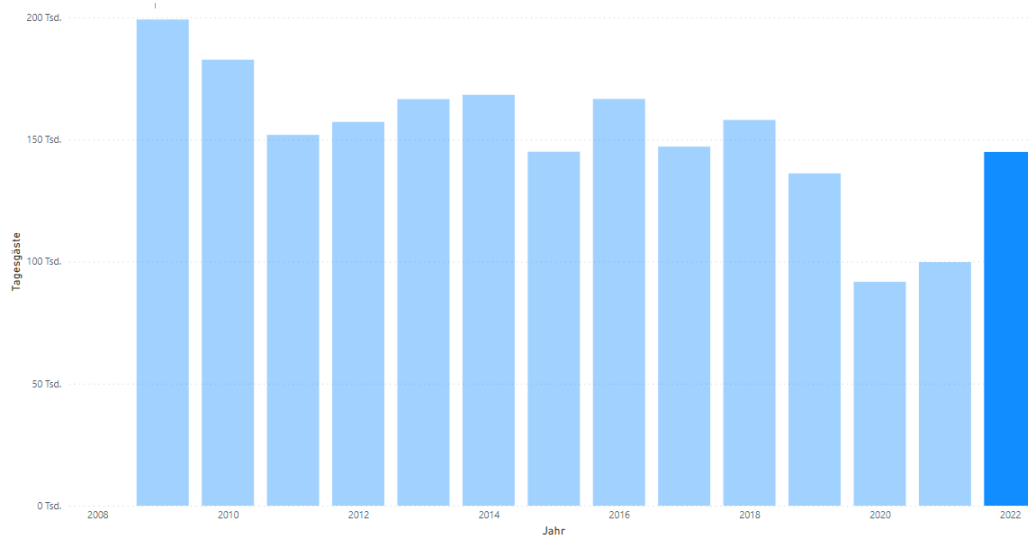
Fig. 15 Cantidad de personas que pasaron la noche



Fuente: Tourismusbericht ISTS, 2022

³² Recuperado de: Kruse, B. (2022, 11 noviembre). Massentourismus auf Sylt: Zu viele Touristen und steigende Mieten – die Insel in der Nordsee am Ende der Ruhe. *moz.de*. <https://www.moz.de/nachrichten/panorama/deutschland-reise-massentourismus-und-steigende-mieten-auf-sylt--die-insel-am-ende-der-ruhe-67539687.html>

Fig. 16 Cantidad de personas que pasaron el día, sin pernoctar de un día para el otro



Fuente: *Tourismusbericht ISTS, 2022*

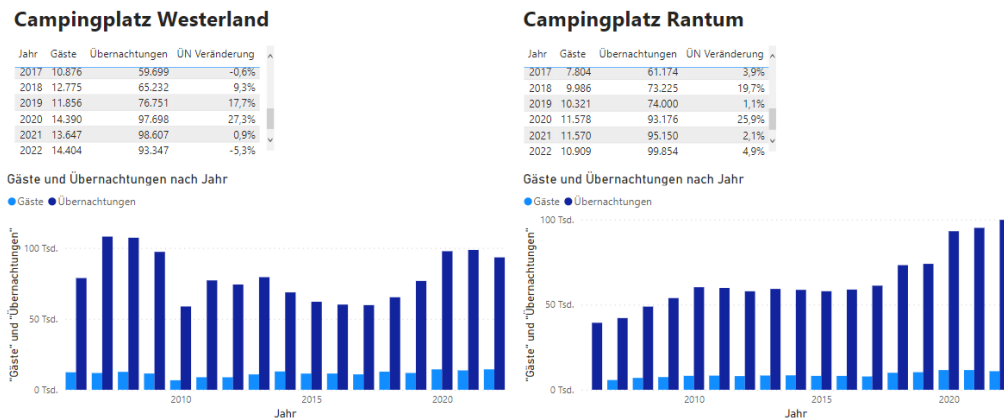
Se observa que los números descendieron con respecto a años anteriores (fig. 15 y 16), en vez del efecto contrario como sucedió en varias localidades de Alemania (*Tourismusbericht* » *ISTS, 2022*). Lo que se ha intentado estudiar y con eso justificar esto, es que a raíz de lo que se comentó anteriormente sobre la supuesta participación turística y/o habitacional de un grupo poblacional que no es el habitual en la isla, muchas otras personas decidieron no ir a vacacionar a Sylt para evitar la gran masificación que se esperaba («Angst und Respekt vor den Punks: Hoteliers klagen aber weniger Touristen auf Sylt», 2022).

Como consecuencia directa del ticket de 9 euros y ante la posibilidad que llegara a Sylt el grupo que fue presentado en párrafos anteriores, la municipalidad de la isla decidió contratar personal de seguridad y esto terminó generándole un costo mayor que el que tenía planeado y que repercutió en un total de €200.000 de gasto («Sommerliche Punker-Invasion kostet Sylt 200.000 Euro», 2022).

Durante las estadías de las personas, el alojamiento que se utilizó en mayor medida fue el camping (fig. 17). Sin embargo, en el centro turístico principal (Westerland), los números demostraron ser menores a años anteriores, con una disminución de un -5,3%, y alrededor 14400 personas, pero menor disposición de estadía. Más al sur de la isla, en Rantum, fue al revés, hubo un aumento de un 4,9% con respecto a años anteriores, aunque

menos cantidad de personas pero mayor disposición de estadía (Tourismusbericht ISTS, 2022).

Fig. 17



Fuente: Tourismusbericht ISTS, 2022

Durante las estadías de las personas, el alojamiento que se utilizó en mayor medida fue el camping (fig. 17). Sin embargo, en el centro turístico principal (Westerland), los números demostraron ser menores a años anteriores, con una disminución de un -5,3%, y alrededor 14400 personas, pero menor disposición de estadía. Más al sur de la isla, en Rantum, fue al revés, hubo un aumento de un 4,9% con respecto a años anteriores, aunque menos cantidad de personas pero mayor disposición de estadía (Tourismusbericht ISTS, 2022).

3.5. Actualidad del ticket

El día 1ero de septiembre del 2022 el ticket de 9 euros dejó de tener validez en todo el territorio alemán. La mayoría de los usuarios quedaron satisfechos con el mismo y también ayudó al ambiente al fomentar un mayor uso del transporte público. Como resultado, se ofrecerá un boleto de 49€ de temporada permanente como parte del tercer paquete de ayuda federal en cooperación entre los gobiernos federal y estatal. Como tarifa plana para el transporte regional, Deutschland-Ticket simplifica las tarifas del transporte local al permitir viajar a través de diferentes estados y zonas tarifarias. La diferencia principal con su antecesor es que el ticket de 49€ estará disponible para suscripción de forma permanente.

Entre 2023 y 2025, el gobierno federal contribuirá con 1.500 millones de euros

anuales a la financiación del llamado Deutschlandticket. El billete por el precio de lanzamiento de 49 euros será válido a partir del 1 de mayo del corriente año, 2023, para el transporte público local en toda Alemania. Solo estará disponible digitalmente y como suscripción mensual. El jueves 9 de febrero de 2023, el parlamento alemán debatió el correspondiente proyecto de ley de las facciones de coalición del SPD, Bündnis 90/Die Grünen y FDP para modificar la ley de regionalización (20/5548) en primera lectura y lo remitió a los responsables comité de transporte para una mayor discusión (Hausding, 2023).

El Ministro Federal de Transporte Dr. Volker Wissing (FDP) describió el Deutschlandticket como un ticket que colabora con diferentes causas. Contribuye a la protección del clima, fortalece el transporte público, contribuye a su digitalización y alivia a los ciudadanos. También es ejemplar en Europa. Francia ha anunciado ahora que ofrecerá un billete similar (Hausding, 2023).

El boleto de Alemania, por otro lado, ha recibido críticas de la oposición. Las facciones de la CDU/CSU³³, AfD³⁴ e Izquierda, creyendo que es una buena idea pero a su vez considerando algunas fallas en su planteamiento (Hausding, 2023).

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y EFECTOS

4.1. Conclusiones y efectos

Los primeros efectos positivos ya se podían observar antes de la introducción del billete de 9 euros.

Según una encuesta, el billete de 9 euros detrás de la guerra en Ucrania es el acontecimiento del año 2022 para el 38 % de los alemanes (YouGov 2022). El gran interés llevó a los ciudadanos a tratar activamente con el transporte público y saber de antemano cómo podían utilizar el billete. Ya en mayo, casi el 30 % de los ciudadanos planeaba hacer un viaje de vacaciones dentro de Alemania con el billete de 9 euros (YouGov 2022). La gran atención también aseguró buenas cifras de ventas desde el principio. Se vendieron 52 millones de entradas durante el período de la campaña. En agosto, el 31% de los alemanes compró un billete de 9 euros. Además, había un 18% de suscriptores de transporte público. Así, casi la mitad de la población poseía un billete de 9 euros (VDV 2022; 113). Los compradores se dividieron en un 20 % de clientes nuevos, un 26 % de clientes activos que

³³ El grupo parlamentario CDU/CSU en el parlamento alemán es el grupo parlamentario conjunto de los partidos CDU y CSU.

³⁴ Partido "Alternative für Deutschland" = alternativa para/por Alemania

antes utilizaban el transporte público menos de una vez al mes y un 54 % de clientes existentes que conducían al menos una vez al mes (VDV 2022; 129). El alto nivel de satisfacción, que la *Bundesministerium für Digitale und Verkehr* (BMDV) destacó después de solo dos semanas, se mantuvo durante todo el período de la campaña e incluso aumentó con el tiempo (VDV 2022; 115).

Cuando se planteó el ticket, se temía que los trenes, sobre cualquier otro transporte público, estarían abarrotados de usuarios, pero parece que no fue exactamente como se pensó. A partir de este suceso, diversos estudios fueron realizados en base a los usuarios y clientes que hicieron uso del ticket. El 87% de ellos estaba satisfecho con su viaje en general, y el 76% también estaba satisfecho con el espacio disponible (VDV 2022; 179). Además, la imagen y confianza en el transporte público podría incrementarse en el transcurso de la medida. La medida fue considerada una oferta atractiva percibido (VDV 2022; 7). Además del precio, la sencillez y la comprensibilidad fueron decisivas (VDV 2022; 115). Los clientes nuevos y activos en particular también vieron el billete de 9 euros como una buena oportunidad para conocer mejor el transporte público y dejar de utilizar tanto el auto (VDV 2022; 13).

Sin embargo, si se observa la frecuencia de uso, queda claro que muchos de estos clientes en realidad rara vez usan el transporte público y no se puede asumir que lo usen regularmente. Para más del 65%, la frecuencia diaria de uso fue de 0 viajes. En promedio, el grupo realiza 0,55 viajes al día. Eso es menos de la mitad de los viajes realizados por clientes existentes (Institut Verkehr und Raum, Hille, C., & Gather, M., 2022).

Lo que respecta principalmente a la investigación es el comportamiento del turismo dentro de esta medida que, como fue expuesto reiteradas veces durante este escrito, no fue pensada directamente dentro de la actividad sino cómo algo que podía tener o no efecto.

En encuestas una vez implementado el ticket, se preguntaba a usuarios si el ticket había facilitado algún aspecto en particular del uso del tiempo libre, y en base a eso respondieron que gracias al bajo costo del mismo, podían visitar lugares cercanos a sus ciudades. Diversos gráficos mostraron que los viajes de días o medio días pasaron a ser frecuentes y más frecuentes de lo que era antes, alrededor de un 15,9% de los encuestados (Institut Verkehr und Raum, Hille, C., & Gather, M., 2022).

El balance de la VDV es positivo. El 9-EuroTicket también fue utilizado por personas que no habían utilizado previamente el transporte público. También se ha demostrado que

alrededor del 10% de los compradores de billetes prescindieron de al menos un viaje en auto al día (Buchholz, 2022). Esto corresponde a un ahorro de alrededor de 1,8 millones de toneladas de emisiones de CO₂ y deja claro que la introducción del billete de 9 euros tuvo un efecto positivo en términos de reducción de gases de efecto invernadero nocivos. Al mismo tiempo, sin embargo, los datos de la VDV muestran que el bajo precio es la principal razón para comprar el billete: el 69 % de los encuestados señaló el precio como la razón de su decisión de compra. Este número y la enorme cantidad de usuarios en total sugiere que también podría haber una proporción relevante de titulares de boletos que hasta ahora difícilmente podrían permitirse un abono regular de transporte público, como el ticket de 49€ (Buchholz, 2022).

Quien redacta esta tesina basó la investigación en recuperar datos ya publicados con el objetivo de organizarlo dentro del marco turístico, aun sabiendo que no fue un proyecto determinante en él y que la relación es una cuestión de percepción y de entendimiento de la materia.

Cree también que es importante intentar plantear qué rol juega el transporte público en la actividad y cómo otros países pueden replicarlo con el objetivo de avanzar en políticas que cuiden del ambiente y que además fomenten la expansión de redes que conecten diferentes ciudades. En la idea de conectar ciudades, se interpela lo fundamental que puede ser para un pueblo o localidad más pequeña que una ciudad, el uso de transporte que realicen largas distancias.

Se ha visto a lo largo de la investigación, como el ticket de 9 euros no sólo acercó a aquellos que querían visitar grandes ciudades como puede serlo Berlín, Múnich, Frankfurt sino también sitios que son más alejados y no de fácil acceso como Sylt.

Se agrega a lo anterior la aclaración que actualmente existe la tendencia de hacer vacaciones más cortas, de menos días de lo que usualmente se hacía, es decir de un fin de semana o una semana, en vez de un mes. Con respecto a eso, el ticket expuesto ha sido de gran ayuda, ya que no hacía falta demasiada planificación y simplemente se abordaba el tren a la hora en la que se planeaba y se llegaba al destino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agora Energiewende (2019): La Energiewende en síntesis. 10 preguntas y respuestas sobre la transición energética alemana 152/01-B-2019/ES https://static.agora-energiewende.de/fileadmin/Projekte/2017/Energiewende_in_a_nutshell/152_La-Energiewende-en-sintesis_MW-K2.pdf

BMDV – Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2022): Das 9-Euro-Ticket war ein Erfolg. URL: <https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/K/9-euro-ticket-beschlossen.html>

BMDV – Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2023): Das Deutschlandticket ist beschlossene Sache URL:
<https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/K/deutschlandticket.html>

BMDV – Bundesministerium für Digitales und Verkehr (Hrsg.) (2004): Anforderung an Akteure. URL:
<https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/83435/?clsId0=276639&clsId1=276643&clsId2=276858&clsId3=0>

BMDV – Bundesministerium für Digitales und Verkehr (Hrsg.) (2021): Aufgaben der Akteure in der ÖPNVFinanzierung URL:
<https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/519120/?clsId0=0&clsId1=0&clsId2=0&clsId3=0>

Buchholz, K. (2022, 30 Agosto). *Germany's 9-Euro-Ticket Causes Train Travel Frenzy*. Statista Infographics. <https://www.statista.com/chart/28115/9-euro-ticket-rail-trips-taken/>

Bundestag beschließt das Neun-Euro-Ticket. (2022). Recuperado 14 de octubre de 2022, de <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2022/kw20-de-neun-euro-ticket-894660>

Butler, N. (2022). *The impact of the Ukraine war on global energy markets*. Centre for European Reform. https://www.cer.eu/sites/default/files/insight_NB_14.7.22.pdf

Cats, Oded, et al. «The prospects of fare-free public transport: evidence from Tallinn». *Transportation*, vol. 44, n.º 5, Springer Science and Business Media LLC, abril de 2016, pp. 1083-104. <https://doi.org/10.1007/s11116-016-9695-5>

Deutsche Welle (www.dw.com). (s. f.). Touristen-Boom dank 9-Euro-Ticket. *DW.COM*. Recuperado 14 de octubre de 2022, de <https://www.dw.com/de/touristen-boom-dank-9-euro-ticket/g-62901991>

Dutra, André. *The Present and the Future of Fare-Free Public Transport and Sustainable Public Transport: The Cases of Avesta and Tallinn and The Visions for Luxembourg and Uppsala*. 2019. Uppsala Universitet.

Euronews. (2022, 24 mayo). *¿Viajar en tren por Alemania pagando solo 9 euros, ganga o pesadilla?* euronews. Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://es.euronews.com/2022/05/24/viajar-en-tren-por-alemania-pagando-solo-9-euros-ganga-o-pesadilla>

Euronews. (2022, mayo 1). *Alemania reduce el precio del transporte público a solo 9 euros al mes*. euronews. Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://es.euronews.com/2022/05/01/alemania-reduce-el-precio-del-transporte-publico-a-solo-9-euros-al-mes>

Gabaldón-Estevan, Daniel, et al. «Broader impacts of the fare-free public transportation system in Tallinn». *International Journal of Urban Sustainable Development*, vol. 11, n.º 3, Informa UK Limited, abril de 2019, pp. 332-45 <https://doi.org/10.1080/19463138.2019.1596114>.

Gabaldón-Estevan, Daniel. «Environmental innovation through transport policy.

Gohl, N, & Schrauth, P. (2022). Ticket to Paradise? The Effect of a Public Transport Subsidy on Air Quality. *CEPA Discussion Papers*, 50. <https://doi.org/10.25932/publishup-55846> https://www.uni-potsdam.de/fileadmin/projects/Isfiwi/docs/Publikationen/Ticket_to_Paradise.pdf

Gonzalez Cobreros, M. A. (2006). *Fundamentos Teóricos Y Gestión Práctica De Las Agencias De Viajes* (1.ª ed.). Capítulo 5: *El Ferrocarril*. Síntesis.

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-06/semana1/obligatorio/OMTIntroduccionTurismo.pdf>

Grejo, O. G. & Universidad Nacional de Luján (Directores). (s. f.). Ucrania: un análisis geopolítico. *Cuadernos de Geografía Política*, 19. <http://portalcoordinadas.com.ar/wp-content/uploads/2022/10/CGP19.pdf#page=35>

Harvey Valdés, H. H. V. & Centro de Investigaciones y Estudios Estratégicos - ANEPE. (2022). Crisis ruso ucraniana 2021 - 2022. *Panorama de Seguridad & Defensa*. http://www.asociacioncolegiosdefensaiberoamericanos.org/images/sampled/data/documentos/Crisis_ruso_ucraniana_ANEPE.pdf

Helou, Z. (2022). *The transition from Russian natural gas to other energy forms in Germany*. Rhine-Waal University of Applied Sciences

Hernández, D., Merli, C., & Morán, S. (s. f.). Políticas públicas vinculadas al turismo en el marco de los procesos de innovación a escala local. Universidad del Comahue.

Institut Verkehr und Raum, Hille, C., & Gather, M. (2022). „Das 9-Euro-Ticket hat mir gezeigt, dass man nicht alleine sein muss.“ – Mit dem 9-Euro-Ticket zu mehr sozialer Teilhabe?

Lindner, M. (2022, 29 Agosto). *Das 9-Euro-Ticket hat keine Zukunft*. reisetopia. Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://reisetopia.de/kolumne/9-euro-ticket-zukunft/>

Melo, S. M. (s. f) Ucrania: un análisis geopolítico. *Cuadernos de Geografía Política*, Capítulo «El trasfondo de la invasión rusa a Ucrania», p. 35 a 44 <http://portalcoordinadas.com.ar/wp-content/uploads/2022/10/CGP19.pdf#page=35>

Meny, I. & Thoenig, J. C. (1992). *Las Políticas Públicas* (1.ª ed.). Ariel S.A.

<https://archive.org/details/meny-thoenig-1992-la-politicas-publicas/page/n7/mode/2up>

Ministerio Federal de Relaciones Exteriores. (s. f.). *La Energiewende alemana*. Edelman.ergo GmbH. <https://goethe.edu.ar/media/2020/03/espaol.pdf>

Neun-Euro-Ticket: Das ernüchternde Ergebnis des Experiments. (2022, 1 septiembre). Recuperado 19 de septiembre de 2022, de https://www.wiwo.de/politik/deutschland/entlastungspaket-neun-euro-ticket-das-ernuechternde-ergebnis-des-massen-experiments/28488262.html? x tr sl=de& x tr tl=es& x tr hl=es- 419& x tr_pto=sc

Nobis, C. & Institut für Verkehrsforschung. (2022). *Mobilität und Suffizienz: Die Notwendigkeit suffizienten Verhaltens für das Gelingen der Verkehrswende* [Presentación].

Ragnitz, Joachim (2022) : Hohe Benzin- und Dieselpreise in Deutschland: Eine Einordnung, ifo Dresden berichtet, ISSN 0945-5922, ifo Institut, Niederlassung Dresden, Dresden, Vol. 29, Iss. 02, pp. 19-21

Richtmann, M. (2022, 31 agosto). *Opinion: 9 euro ticket: Germany's experiment isn't over*. <https://www.dw.com/en/opinion-9-euro-ticket-germanys-experiment-isnt-over/a-62973367> Sancho, A. (Director). (2008, 14 julio). *Introducción al turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo. Capítulo 2 "Turismo: concepto y definiciones"

Sieg, G. 9-Euro-Ticket: Straßenmaut langfristig sinnvoller. *Wirtschaftsdienst* 102, 576 (2022). <https://doi.org/10.1007/s10273-022-3248-7>

Sommerliche Punker-Invasion kostet Sylt 200.000 Euro. (2022, 11 noviembre). *Focus.De*. https://www.focus.de/panorama/sie-kamen-mit-dem-9-euro-ticket-punker-invasion-vom-sommer-kostet-sylt-200-000-euro_id_179460938.html

Storchmann, Karl. «Externalities by Automobiles and Fare-Free Transit in Germany — A ParadigmShift?» *Journal of Public Transportation*, vol. 6, n.º 4, University of South Florida

Libraries, diciembre de 2003, pp. 89-105. <https://doi.org/10.5038/2375-0901.6.4.5>.

Süddeutsche Zeitung. (2022, 11 Agosto). Mehr Bahn-Reisen in Tourismusregionen durch 9-Euro-Ticket. *Süddeutsche.de*. Recuperado 14 de octubre de 2022, de <https://www.sueddeutsche.de/reise/tourismus-mehr-bahn-reisen-in-tourismusregionen-durch-9-euro-ticket-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220811-99-349784>

Tamayo Sáez, M. (1997). CAPÍTULO 11. EL ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS. *La nueva Administración Pública*.

The implementation of the free fare policy on public transport in Tallinn, Estonia». *Libro de ActasCIT2016. XII Congreso de Ingeniería del Transporte*, Universitat Politècnica València, junio de 2016, <https://doi.org/10.4995/cit2016.2016.3532>

TheLocal.De.

<https://www.thelocal.de/20220518/who-benefits-from-germanys-e9-public-transport-ticket-offer>

TOMANEK, Robert. «Free-Fare Public Transport In The Concept Of Sustainable Urban Mobility». *Transport Problems*, vol. 12, n.º SE, Silesian University of Technology, 2018, pp. 95-105. <https://doi.org/10.20858/tp.2017.12.se.8>.

Transport and Tourism. (2022). En <https://www.destatis.de/>. Recuperado 14 de octubre de 2022, de <https://www.destatis.de/EN/Themes/Society-Environment/Environment/Environmental-Economic-Accounting/transport-tourism/node.html>

Universidad Nacional de Tres de Febrero, G, Gómez, R., & Romandetta, A. (s. f.). *Evaluación y monitoreo de un proceso de transición energética* [Revista científica] 2022. <https://www.revistas.untref.edu.ar/index.php/innova/article/view/1359/1122>

Ureña, M. S. (2015). La dependencia de Alemania del gas ruso: análisis y contingencias en el contexto actual de crisis en Ucrania. *Comillas journal of international relations*. <https://doi.org/10.14422/cir.04.y2015.003>

Who benefits from Germany's €9 public transport ticket offer? (2022, 18 mayo).

YouGov (2022): Der Ukraine-Krieg und das 9-Euro-Ticket sind für Deutsche die Ereignisse des Jahres 2022. URL: <https://yougov.de/topics/entertainment/articles-reports/2023/01/05/der-ukrainekrieg-und-das-9-euro-ticket-sind-fur-d>