

EL CRECIMIENTO **DEL TURISMO RUSO** **EN CANARIAS**

Russian Tourism Growth in the
Canary Islands.



Estefanía del Pino Pérez.
Yasmina Hernández Mora.
Grado de Contabilidad y Fianzas
Curso 2015-2016
Tutora: Alicia Correa Rodríguez
La Laguna, 08 de Septiembre de 2016

ÍNDICE

1. Resumen.....	1
1.1 Abstract.....	1
2. Introducción.....	2
3. Análisis del Perfil del Turista Ruso.....	3
3.1 Número de Turistas que Llegan a las Islas.....	3
3.2 Perfil del turista según sexo, edad.....	5
3.3 Tipo de Alojamiento.....	7
3.4 Gasto Turístico.....	10
3.4.1 Gasto medio por turista.....	11
3.4.2 Reparto de Gastos en Destino por Turista y Día.....	14
3.4.3 ¿Que les Motiva a Viajar?.....	15
3.4.4 La Participación de los Turistas Rusos en Canarias.....	17
3.4.5 Grado de Satisfacción de los Turistas.....	19
4. Obstáculos que se han Manifestado para Poder Visitarnos.....	21
5. Mejoras para captar y mantener el turismo ruso.....	27
6. Conclusiones.....	32
7. Bibliografía.....	35

• **Desglose de tablas:**

Tabla 1. ¿Cómo son?.....	6
Tabla 2. Preferencia de alojamiento del turista.....	8
Tabla 3. ¿Con cuánta antelación reservan su viaje?.....	9
Tabla 4. ¿Cómo lo reservan?.....	9
Tabla 5. Gasto medio según los mercados.....	14
Tabla 6. Satisfacción global percibida por mercados.....	19
Tabla 7. Nivel de fidelidad: porcentaje de repetidores según los mercados.....	20

• **Detalle de las Gráficas:**

Gráfica 1. Evolución de pasajeros procedentes del extranjero en aeropuertos Canarios.....	4
Gráfica 2. Evolución de pasajeros procedentes de aeropuertos rusos llegados a Canarias.....	4
Gráfica 3. Evolución del gasto Turístico en Canarias.....	11
Gráfico 4. Participación del Turista Ruso en Canarias.....	17
Gráfica 5. Tipos de cambio euro a Rublo.....	22
Gráfica 6. Devaluación del rublo respecto al \$.....	23
Gráfica 7. Indicadores Económicos.....	26
Gráfico 8. Distribución de turistas que nos visitan.....	26

1. RESUMEN

El turismo es el sector productivo más importante de Canarias, significando casi el 30% del PIB de la Comunidad Autónoma, con una entrada de visitantes que ronda los 10 millones anuales y una generación de empleo que alcanza el 22%.

Además de los tradicionales mercados emisores de visitantes, con Alemania y Gran Bretaña a la cabeza, despuntan nuevos mercados de los países del este de Europa, como Rusia o Polonia, entre otros, motivados por su clima subtropical, constituyendo así, la tercera región española que mayor número de turistas extranjeros recibe.

Atendiendo al importante y sostenido crecimiento experimentado por Rusia como emisor turístico desde hace varios años y al elevado gasto turístico de los turistas de ese país, se decidió estudiar la viabilidad de incrementar la participación de dicho mercado en el destino de las islas canarias. Por lo que, el propósito del trabajo es investigar los flujos turísticos procedentes de Rusia y determinar la importancia económica de la presencia de turistas rusos.

Palabras clave: crecimiento económico, flujos turísticos, Islas Canarias.

1.1 ABSTRACT

Tourism is the most important productive sector of the Canary Islands, meaning almost 30% of GDP of the Autonomous Community, with an entry of visitors is around 10 million annually and employment generation reaches 22%.

Besides the traditional source markets visitors, with Germany and Britain to the head, blunt new markets of the countries of Eastern Europe, including Russia and Poland, among others, motivated by its subtropical climate, constituting the third Spanish region highest number of foreign tourists received.

Heeding to that experienced by Russia as a tourist issuer for several years and the high tourist spending by tourists from that country, significant and sustained growth was decided to study the feasibility of increasing the market share in the fate of the Canary Islands. So, the purpose of the work is to investigate tourist flows from Russia and determine the economic importance of the presence of Russian tourists.

Keywords : economic growth , tourist flows , Canary Islands

2. INTRODUCCIÓN

El destino turístico Islas Canarias recibió el pasado mes de marzo la visita de 1.229.730 pasajeros procedentes del extranjero, lo que supone un incremento del 10,92% respecto al mismo mes del año anterior, es decir, 121.063 pasajeros extranjeros más, según los datos aportados por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). En lo que va de año, las Islas recibieron la visita de 3.481.628 pasajeros extranjeros, 325.054 más que en los mismos meses del año anterior, con un incremento del 10,30% respecto a 2015.

Entrando en el tema a estudiar cabe decir que el número de turistas rusos ha experimentado un crecimiento del 4,69% en las llegadas a España entre enero y febrero de 2016, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, lo cual introduce una tendencia positiva frente a las cifras negativas en las llegadas de turistas rusos en 2015, que fueron un 32,70% menos.

Con respecto a Canarias podemos decir que, en el primer trimestre de este año, han llegado 4286 turistas de esta nacionalidad, siendo la Isla de Tenerife su destino principal, con una participación no tan notable en el resto de las Islas, pero con posibilidades de expansión o en todas ellas. Estas cifras revelan la importancia de nuestro Archipiélago en el mercado turístico internacional considerando que Rusia es nuestro principal mercado emergente, somos el cuarto destino más visitado en el extranjero por los turistas rusos tras Turquía, Egipto y Grecia.

En el presente trabajo se podrá encontrar la evolución del flujo de entradas de turistas rusos en las Islas Canarias. En este punto se va a desarrollar un análisis intensivo acerca de todos los factores más influyentes en el turismo del archipiélago. El estudio se centrará en analizar la demanda turística en Canarias, analizando el gasto medio diario por persona de los turistas y también el reparto de los gastos en destino por turista y día, así como la contribución del turismo al crecimiento del Archipiélago. Además se realizará un análisis de la sensibilidad de la demanda turística, diferenciando entre los factores más relevantes, y se analizará cómo afectan en la demanda de nuestros clientes. Por último, se detallarán las conclusiones obtenidas tras la investigación realizada además de la documentación recogida para la realización de este trabajo con el fin de identificar las principales líneas a seguir para mejorar el servicio en las Islas y atraer a un mayor número de turistas hasta el archipiélago canario.

3. **ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA RUSO**

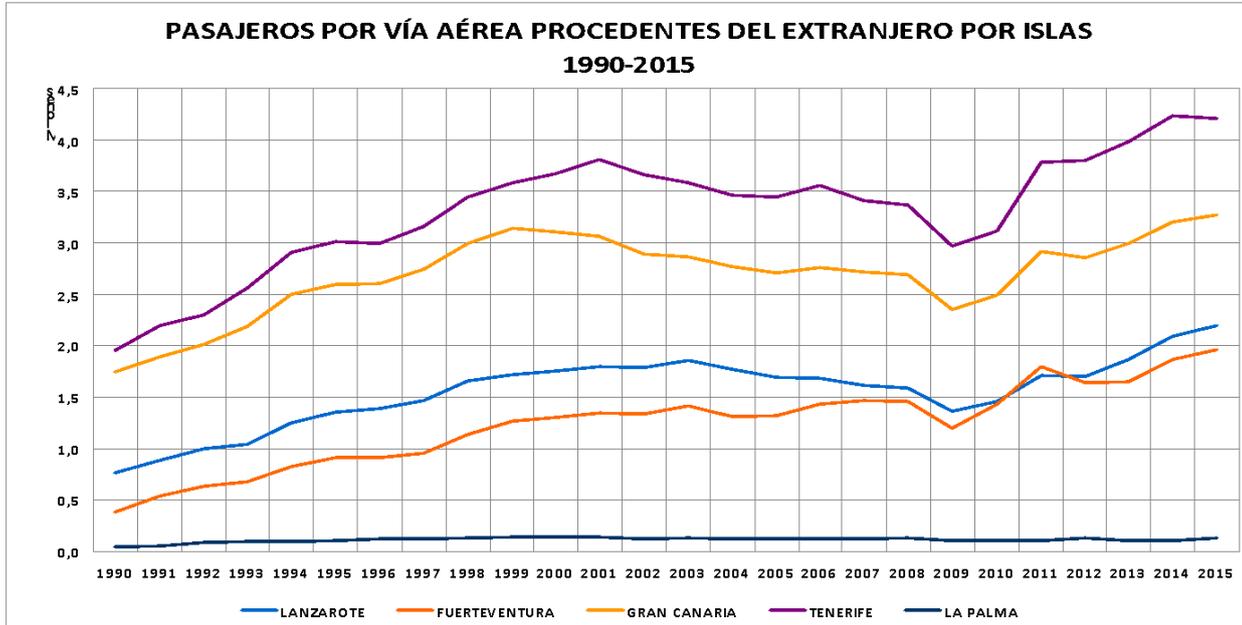
Lo primero en analizar será el perfil del turista que nos visita, para ello hemos elegido estudiar el número de turistas que llega a las islas y según la residencia, además del alojamiento escogido para pasar sus vacaciones.

3.1 **Número de turistas que llegan a las islas**

Los turistas cada vez son más exigentes y experimentados, por lo que para poder atender su demanda, hay que conocer sus gustos y necesidades. Además, disponen de mucha más información acerca de competidores y destinos turísticos, por lo que un buen estudio acerca del perfil general que presentan, puede hacer cambiar la posición global de un país o región, convirtiéndola en un referente del sector.

Y como podemos observar en la grafica 1, Canarias ha sabido diferenciar todas esas necesidades o simplemente cumple los requisitos ya que tiene el privilegio de tener un comportamiento estable en cuanto a llegadas de turistas internacionales, donde en el cierre del año pasado, todas las islas se encontraban al alza en cuanto a las visitas de este segmento del turista.

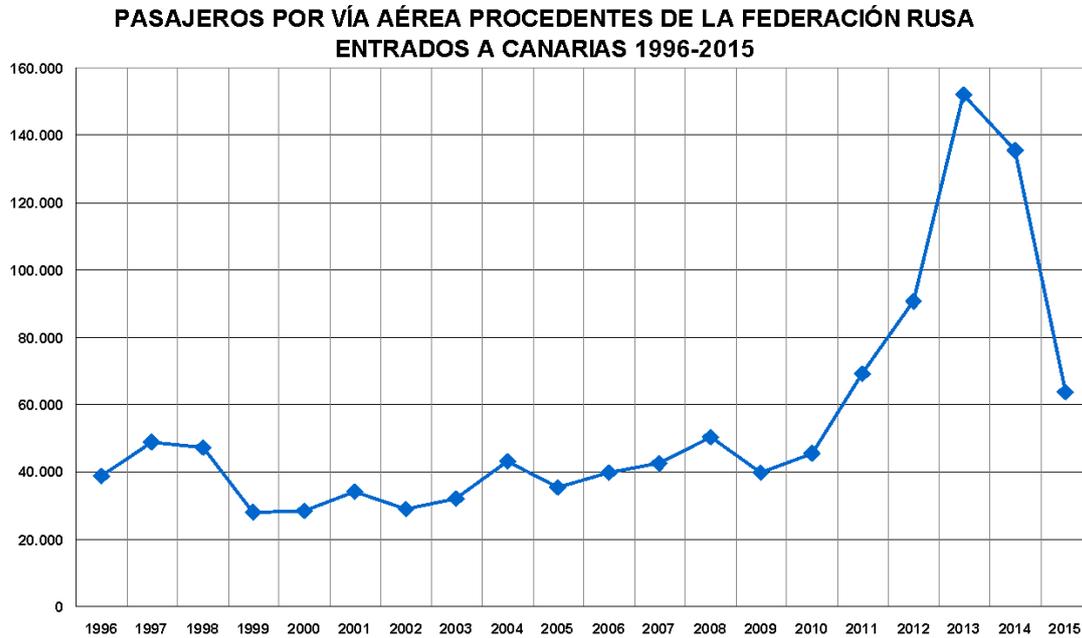
Gráfica 1. Evolución de Pasajeros Procedentes del Extranjero en Aeropuertos Canarios.



Fuente: ENTE: A ENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife (01/07/16-Mayo 2016)

En cuanto a nuestro segmento de estudio, detallado en el gráfico 2, nos informa de la evolución que ha tenido la llegada de los turistas rusos a las islas, como podemos ver hasta el año 2008, se puede considerar estable pues los crecimientos y disminuciones que sufren no son muy significativas pero a partir del año 2009 se produce un incremento sucesivo que sigue aumentando hasta el 2013, y por circunstancias que ya detallaremos con posterioridad, entramos en una pequeña etapa de declive, de la que se ha ido superando en la actualidad. Después de conocer el volumen e incremento de las visitas de turistas internacionales procedente de nuestro país de estudio en los últimos años, como vamos a detallar en la *gráfica 1* y *2*, procedemos a analizar el perfil del turista. Para ello, se tendrán en cuenta diferentes características o parámetros que hacen notables dichas diferencias, y se basará el estudio en los datos que se recogen en la *tabla 1*

Gráfica 2. Evolución de Pasajeros Procedentes de Aeropuertos Rusos Llegados a Canarias



Fuente: ENTE: A ENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife (01/07/16-Mayo 2016)

3.2 PERFIL DEL TURISTA SEGÚN SEXO, EDAD.

Según el estudio realizado por la Organización Mundial del Turismo en 2014, un turista, es aquel que se aleja de su entorno actual con fines de ocio y otros por más de 24 horas y realiza el pernocte en un ámbito distinto al de su hogar, consume servicios derivados del lugar de destino y paga un valor por estos servicios consumidos.

Tabla 1. ¿Cómo son?

Sexo	Rusos	Total mercados
Porcentaje hombres	47,0%	49,8%
Porcentaje Mujeres	53,0%	50,2%
Edad		
Edad media (turistas > de 16 años)	38,3	44,5
Desviación típica	10,8	14,9
Intervalos de edad		
De 16 a 24 años	8,1%	8,8%
De 25 a 30 años	20,9%	13,1%
De 31 a 45 años	47,8%	32,8%
De 46 a 60 años	20,4%	28,4%
Mayores de 60 años	2,9%	17,0%
Ocupación		
Empresarios y autónomos	31,2%	23,7%
Asalariado cargos altos y medios	33,9%	37,1%
Trabajadores auxiliares y obreros	24,2%	16,6%
Estudiantes	4,1%	5,6%
Jubilados	3,0%	14,5%
Parados / amas de casa	3,6%	2,5%
Nivel de ingresos anuales en el hogar (€)		
De 12.000 a 24.000	50,1%	18,3%
De 24.001 a 36.000	19,4%	18,9%
De 36.001 a 48.000	10,8%	16,9%
De 48.001 a 60.000	7,3%	14,6%
De 60.001 a 72.000	3,9%	9,2%
De 72.001 a 84.000	1,6%	6,1%
Más de 84.000	6,9%	16,0%

Fuente: Promotur Turismo de Canarias (Diciembre 2015)

En el pasado año 2015, podemos observar de manera más significativa, según los datos que aportamos en la Tabla 1, que tiene una mayor participación el género femenino además de las diferentes variable en lo que a edad respecta, como por ejemplo, el mayor porcentaje lo representan los turistas ‘Adultos’, es decir los que tienen edades comprendidas entre 31 y 45 años alcanzando el 47,8% del total, debido a que sus ingresos son más elevados y esto les dota de mayor autonomía a la hora de viajar.

Le siguen de cerca los turistas de entre 25 y 30 años con cifras del 20,9% que también representan un porcentaje notable dentro del turismo de la región., es decir, estos dos grupos conforman más del 70% del total.

Esta situación es algo que no nos debe sorprender si tenemos en cuenta que en estos rangos de edad se encuentran en su mayoría las personas ocupadas en el mercado laboral, por lo que son aquellas personas en condiciones de tener tiempo y dinero para el ocio y las vacaciones.

En lo que respecta al perfil ruso, es el más joven de todos los mercados. Tiene una media de 37,1 años, diez años menos que la media de visitantes de la Isla (47,1).

Normalmente no habla idiomas, salvo el ruso, y le gusta que le atiendan en su lengua. Su alto poder adquisitivo responde al perfil de hombre/mujer de 38 años, de profesión funcionario, empleado de cargo alto o medio, o que trabaja en el sector privado, cuya renta per cápita anual oscila entre los 24.000 hasta los 84.000 euros.

El caso menos representativo, es el de los turistas ‘Maduros’, segmento que recoge personas de 60 años, y los turistas “Junior” entre 16 y 24 años que todavía no disponen de un nivel de renta suficiente como para realizar frecuentemente este tipo de viajes.

Además, lo podemos clasificar como un segmento familiar ya que suele viajar en familia (30,3%) y su renta media familiar en 2015 se situó en 28.684 euros. El nivel de repetición entre los rusos está en un 27,2%. En torno a un 20,3% de los casos hay presencia de niños menores de 15 años, con un peso destacado de menores con edades entre los tres y los siete años. Viaja siempre con la pareja, frente al 59% del promedio de visitantes, y pocas veces lo hace solo (8,7%) y es de los que más tiempo permanece en las Islas en torno a los 10 y 12 días.

3.3 TIPO DE ALOJAMIENTO

Según los datos que aporta el ISTAC, los tipos de alojamientos utilizados son los que a continuación detallamos:

- Hoteles o apartahoteles de 5 estrellas.
- Hoteles o apartahoteles de 4 estrellas.
- Hoteles o apartahoteles de 1 a 3 estrellas.
- Extra hoteleros (apartamentos, casas y hoteles rurales, viviendas de propiedad alquiladas).
- Viviendas propias, de familiares o de amigos.
- Otros alojamientos (en el que se incluyen las pensiones, los campings).
-

Tabla 2. Tipos de Alojamiento

	Rusos	Total mercados
Hotel 5*	18,2%	6,8%
Hotel/ Apartahotel 4*	33,2%	37,7%
Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	21,3%	15,0%
Extrahoteleros	19,9%	30,3%
Vivienda propia o de amigos/familiares	4,9%	7,0%
Otros tipos de alojamiento	2,5%	3,2%

Fuente: Promotur Turismo de Canarias (Diciembre 2015)

Teniendo en cuenta esta clasificación, en la tabla 2 se muestran los turistas y los distintos tipos de alojamiento según la clasificación que lleva a cabo por Promotur Turismo de Canarias, analizando el periodo 2015.

Como puede apreciarse, los alojamientos preferidos son los hoteles o similares, sin embargo, a pesar al ser también los más caros, en momentos de crisis su demanda no decrece y hay quienes buscan alternativas más económicas como alojamiento en casas de familiares o amigos.

Por lo que, es uno de los indicadores más importantes ya que el tipo de alojamiento es donde deciden pasar más tiempo durante su periodo de estancia son en hoteles y apartahoteles de 4 y 5 estrellas con una duración aproximada de entre 10 y 12 días.

Dentro de este segmento debemos hacer referencia a otros puntos importantes que se debe destacar:

- **La Reserva y la Estancia media del turista.**

Podemos observar que el turista Rusos reservan sus viajes con mucha antelación, entre una media de uno a tres meses antes, y lo hace, normalmente, a través de un turoperador. Contrata su estancia en régimen de sólo alojamiento con media pensión y suele hospedarse en hoteles cinco estrellas.

Tabla 3. ¿Con Cuánta Antelación Reservan su Viaje?

	Rusos	Total mercados
El mismo día de partida	0,2%	0,6%
De 2 a 7 días	5,5%	7,3%
De 8 a 15 días	10,8%	8,9%
De 16 a 30 días	15,5%	15,4%
De 31 a 90 días	35,2%	33,9%
Más de 90 días	32,9%	33,8%

Fuente: Promotur Turismo de Canarias (Diciembre 2015)

Tabla 4. ¿Cómo lo Reservan?

Reserva del alojamiento	Rusos	Total mercados
Al turoperador	27,4%	42,8%
- A través de su web	29,7%	78,8%
Al establecimiento directamente	30,0%	14,0%
- A través de su web	83,3%	81,9%
A una agencia de viajes	9,5%	19,8%
En un portal de internet (OTA)	28,4%	15,4%
No le hizo falta	4,6%	8,0%

Fuente: Promotur Turismo de Canarias (Diciembre 2015)

Tras la investigación realizada anteriormente, se puede decir que normalmente, el turista Ruso, haciendo una estimación se queda en régimen de alojamiento y media pensión en un hotel de cinco estrellas un 18,20% y su estancia suele ser larga.

3.4 **GASTOS DE LOS TURISTAS**

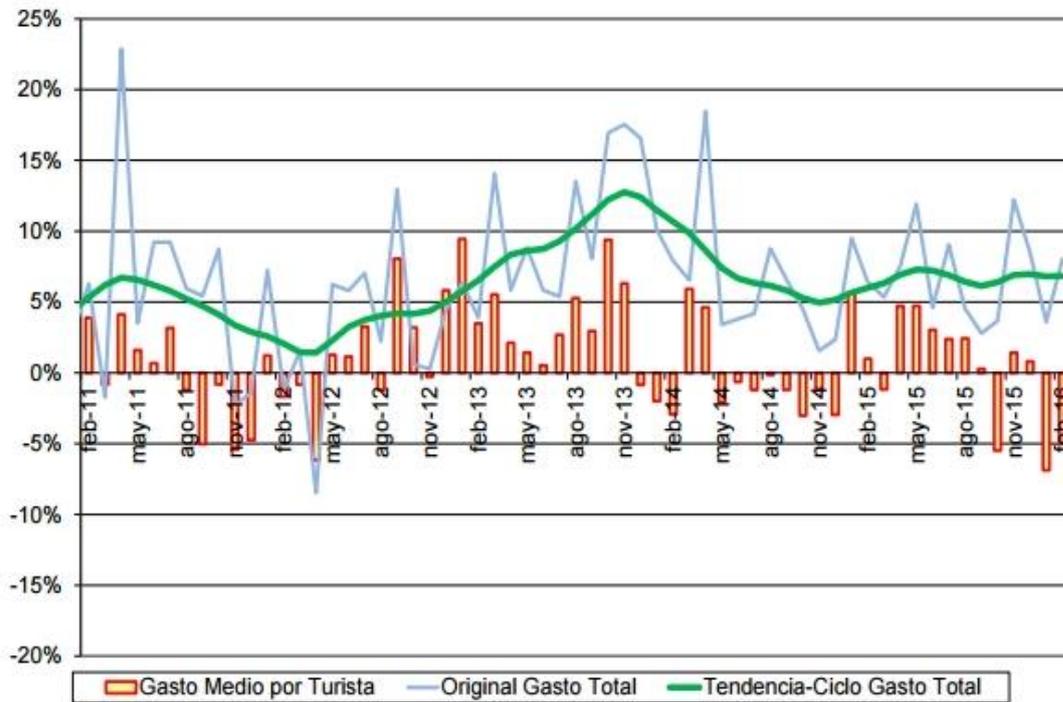
El gasto turístico es otro aspecto importante que podría estar relacionado con las motivaciones turísticas. Este gasto se puede desglosar entre gasto en el origen de residencia o el gasto realizado en Canarias. Estas diferencias pueden generarse porque existen turistas que compran su paquete vacacional antes de llegar a las islas.

Un factor muy importante en el turismo de los visitantes, es el gasto que estos realizan en el país de destino. El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos, tal y como indica la OMT.

Este concepto influye directamente sobre la economía del país, ya que si aumenta a lo largo del tiempo, la economía reflejaría un gran incremento debido a los ingresos que los turistas realizan al visitar las Islas. En 2016 el crecimiento de los ingresos por turismo de la balanza de pagos mantendrá la tendencia moderada que se apreció el pasado año. El gasto total realizado por los visitantes internacionales, incluyendo todos sus componentes (transporte, alojamiento o compras de otros bienes y servicios, entre otros) mostró a lo largo de 2015 una senda de crecimiento algo inferior a la del año anterior. Cabe recordar que ya en enero el superávit del sector turístico descendió más de un 4%.

Desde octubre, el gasto total aumenta a un ritmo inferior al de llegadas, hecho que se refleja en que el gasto medio por turista presente una línea con disminuciones sucesivas. Por el contrario, el desembolso medio diario mantiene una tendencia al alza, pero la estancia media se contrae.

Gráfica 3. Evolución del Gasto Turístico en Canarias



Fuente: Turespaña- Egatur(Febrero2016)

Profundizando más y teniendo presente la información de la Encuesta sobre el Gasto Turístico, elaborada trimestralmente por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), y detallando más su origen, en 2015 el Reino Unido fue el mercado emisor que más aportó al gasto, con un 32% sobre el total, seguidos de Alemania (22%). Desde la perspectiva del destino, Tenerife lideró el gasto turístico con un 38% del total de Canarias, seguida de Gran Canaria (29%), Lanzarote (17%), Fuerteventura (14%) y La Palma (2%).

El gasto medio por turista y día en 2015 se situó en 136,38 euros, aumentando un 6,9% respecto al 2014. Este indicador en origen aumenta un 9,5% y en destino aumenta un 1%.

La recuperación del mercado ruso se encuentra en datos acumulados en estos cinco últimos meses en 34.987 turistas, y aumento del +1,6%, tras tres meses de crecimiento. Un incremento que se mantiene por debajo del registrado en la llegada de pasajeros (+9,5%), dado que los aeropuertos están canalizando en torno al 10% de vuelos con origen en otros países, fundamentalmente de China, Ukraine y Moldova, así como Israel, Kazakhstano Belarus, etc.

3.4.1 GASTO MEDIO POR TURISTAS

Los ingresos que percibimos, o mejor dicho el gasto que realizan los turistas internacionales que visitaron Canarias alcanzó los 3.957 millones de euros durante el primer trimestre del año, lo que supone un aumento del 7% con respecto al mismo periodo de 2015.

Además, esta cifra supone el 32,3% del total del gasto turístico de los visitantes foráneos en España, que ascendió un 7,4% en los tres primeros meses, hasta los 12.253 millones de euros, según la encuesta del Instituto Nacional de Estadística, en Octubre del 2015.

En marzo, el gasto total realizado por los visitantes extranjeros en las islas alcanzó los 1.484 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,4% con respecto al mismo mes del año anterior. El gasto medio por turista en Canarias se sitúa en los 1.137 euros, con un descenso anual del 0,1%, mientras que el gasto medio diario alcanza los 124 euros, un 2,8% menor que en el mes de marzo de 2015. Si tenemos en cuenta este gasto en valores absolutos, podemos decir que son los ingleses y los alemanes aquellos que más valor representan, produciéndose esta situación durante todo el período.

o *Británicos y Alemanes los que más gastan*

En los tres primeros meses, Reino Unido fue el país emisor con mayor gasto acumulado, hasta 298 millones de euros, un 16% más que en el primer trimestre de 2015, con el 18,8% del total. Le sigue Alemania, con 1.692 millones de euros, un 1,9% más, que aportó el 13,8% del total del gasto realizado.

En tercer lugar se situaron los países nórdicos, con un gasto de 1.525 millones de euros, lo que supone un 7,2% más en comparación con el primer trimestre del año pasado, mercado que aportó el 12,4% del total del gasto.

Los turistas extranjeros llegados desde Francia gastaron 881 millones de euros, lo que supone un 4,9% más con respecto al primer trimestre de 2015, con el 7,2% del total del gasto realizado.

En marzo, los principales países emisores en cuanto al nivel de gasto fueron Reino Unido, con el 20,5% del total; Alemania (15,7%) y los países nórdicos –Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia– (11,5%).

Los turistas procedentes de Reino Unido aumentaron un 26,8% su gasto durante el mes de marzo con respecto al mismo mes del año anterior, hasta 991 millones, mientras que los llegados desde Alemania lo aumentaron un 9,4%, hasta los 758 millones de euros. Por su parte, los residentes en Francia que visitaron España incrementaron un 3% su gasto (314 millones) y un 10,8% más los llegados desde Italia (205 millones).

De enero a marzo, las comunidades autónomas de destino principal con mayor gasto acumulado fueron Canarias, con 3.957 millones de euros, un 7% más, con el 32,2% del total. Las C.C.A.A. de destino principal con mayor peso en el gasto de los turistas durante el mes de marzo fueron Canarias, con 1.484 millones de euros (el 30,7% del total), lo que supuso que el gasto de los turistas aumentará un 18,4%.

- ***Casi un 12% más en hotel***

Por tipo de gasto, en alojamiento hotelero se gastaron 7.417 millones de euros durante el primer trimestre, lo que supone un 11,68% más con respecto al mismo periodo de 2015, mientras que 2.105 millones de euros corresponden al gasto realizado en el resto de alojamientos de mercado, un 4,87% más. Por su parte el alojamiento de no mercado acaparó 2.731 millones de gasto, un 1,05% menos.

En marzo, el 60,4% del gasto total lo realizaron turistas que pernoctaron en alojamientos hoteleros, con un aumento en tasa anual del 11,9%, frente al incremento del 1,6% del gasto en alojamientos de no mercado.

De enero a marzo, los turistas extranjeros que viajaron sin paquete turístico gastaron 8.621 millones de euros, un 10,36% más, con un gasto medio por turista de 999 euros (4,96%), y un gasto medio diario de 117 euros (+1,03%), frente a los 3.632 millones de euros del gasto de los que contrataron paquete, un 0,98% más.

En marzo, el 69,8% del gasto se realizó en los desplazamientos sin paquete turístico, un 14,5% más, hasta 3.376 millones, mientras que en los viajes con paquete el gasto subieron un 0,9%, hasta 1.462 millones. Los turistas que visitaron España por ocio generaron el 78,6% del gasto total realizado, con un desembolso un 13,2% mayor que en el mismo mes de 2015.

Por otro lado, y por lo que se le da relevancia al sector ruso, es porque hemos recaudado 254,2 millones de los turistas rusos, cifra correspondiente de los ingresos directos generados en la Isla ya que el 91% de las visitas se han producido en la Isla de Tenerife.

3.4.2 REPARTO DE GASTOS EN DESTINO POR UN TURISTA Y DÍA

Analizando el gasto medio en € por turista y día, podemos diferenciar entre los diferentes conceptos o tipos de gasto que cada visitante realiza en las Islas durante su estancia en las mismas.

El análisis se realizó comparando el gasto ocasionado en alojamiento, transporte público, alquiler de vehículos, compras en supermercados, restaurantes, ocio y otros, reflejando la evolución realizada en el 2015.

Tabla 5. Gasto Anual en Destino por un Turista y Día

Gasto en destino por turista y viaje (€)	Rusos	Total mercados
Alojamiento:	128,34	44,10
- Alojamiento	120,12	37,76
- Gastos extras en alojamiento	8,22	6,33
Transporte:	38,27	27,41
- Transporte público	11,25	4,99
- Taxi	8,58	7,42
- Alquiler de vehículos	18,44	14,99
Alimentación:	259,37	153,13
- Compras en supermercados	130,01	68,64
- Restaurantes o cafeterías	129,36	84,49
Compras no alimenticias (souvenirs, etc):	150,53	55,15
Ocio:	63,95	36,28
- Excursiones organizadas	34,47	14,63
- Ocio o diversión	8,92	5,23
- Viaje a otras islas	3,16	1,51
- Actividades deportivas	7,31	5,38
- Actividades culturales	2,53	2,18
- Discotecas y disco-pubs	7,56	7,34
Otros:	24,64	15,71
- Wellness	5,98	2,97
- Inversiones	0,00	2,23
- Gastos médicos	0,05	1,46
- Otros gastos	18,61	9,05

Fuente: Promotur Turismo de Canarias (Diciembre 2015)

A la vista de la tabla 5, podemos afirmar que el mayor gasto realizado por los turistas queda reflejado en la compra en supermercados, presentando cada una de estas categorías un gasto medio de 130,01€.

Después de las compras en supermercados, puede observarse que el mayor gasto corresponde a los restaurantes, presentando estos un gasto medio aproximado de 129,36€ diarios a lo largo de su estancia (entre 10 y 12 días), seguido del gasto medio por alojamiento que es de 128,34€. El menor porcentaje de participación en el gasto diario de los turistas lo presentan el transporte público y el alquiler de vehículos, recogiendo ambos un gasto medio por turista diario de 38,27 €.

En forma de conclusión y para puntualizar su relevancia el turista ruso realiza un gasto medio de 1500€, un 50% más del gasto medio individual del resto de extranjeros, es cierto que lo que más gastan son los alemanes y reino unido, pero en el computo de sus vacaciones, los rusos en su defecto en menos tiempo aportan más dinero.

3.4.3 QUE LES MOTIVA PARA VIAJAR

Una vez analizado el perfil del turista que llega a las islas, vamos a ver como interviene las motivaciones turísticas, para ello comenzaremos clasificando estos motivos en dos grandes grupos, por un lado las motivaciones relacionadas con los recursos naturales, es decir unos motivos que no dependen del ser humano sino de la naturales, los cuales se podrían considerar como principales factores más relevantes (clima o sol, paisajes, playas).

En cambio, en el otro grupo tendremos lo contrario, es decir, motivos que podrían depender del hombre ya que están relacionados con activos creados, como es el caso de las actividades náuticas, los parques de ocio, etc.

Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de la demanda se conforman distintos tipos de productos turísticos, esto implica que cada producto se adecuará a las exigencias de esa demanda específica para garantizar su plena satisfacción, pues no son las mismas necesidades a satisfacer en un producto «sol y playa» de turistas de la tercera edad con motivos recreacionales que turistas empresarios con motivos laborales.

Según el último estudio de Promotur Turismo de Canarias y nuestra propia experiencia, el turista ruso visita el Archipiélago para conocer los volcanes, nuevos lugares, descansar y estar en contacto con la naturaleza, además de por el buen tiempo. Es un visitante al que le gusta comprar por lo que los factores que influyen a la hora de venir a visitar las islas son:

- ***Clima, playas y tranquilidad***

El clima, las playas y la tranquilidad son los principales factores que influyeron directamente sobre la decisión del viajero a escoger el archipiélago como destino para sus vacaciones.

El beneficioso clima se mantiene como primer impulsor para viajar a las Islas y aumenta el número de turistas animados por la seguridad del archipiélago.

El pasado año 2015 dejó en las Islas Canarias más turistas y más volumen de negocio. En concreto, el número de turistas aumentó un tres por ciento con respecto al año anterior y la suma de todos los visitantes generó un gasto total de un nueve por ciento más, según el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Un 83 % que el clima es el principal motivo que les mueve a viajar al archipiélago, mientras que el 35% de los encuestados afirma que la tranquilidad, el descanso y el relax que ofrecen las Islas es un factor decisivo a la hora de elegir destino para desconectar de la rutina laboral. Las playas son decisivas para el 31% de los viajeros, y los paisajes para el 21 %.

Además de estos aspectos mayoritarios, destaca un significativo aumento de dos puntos hasta alcanzar al siete por ciento de los encuestados que relaciona la elección de las Islas Canarias con la seguridad del archipiélago para viajar y descansar con total tranquilidad.

- ***Shopping***

También es un producto importante para el mercado ruso ya que Rusia se ha colocado en segunda posición después de China en cuota de participación de ventas “tax free”. De igual forma, el producto de lujo es altamente solicitado por los turistas procedentes de Rusia.

- ***Otros factores determinantes***

El interés por conocer nuevos lugares, el precio, las facilidades de traslado y un destino ideal para viajar con niños son otros de los aspectos más destacados por los viajeros que cada vez más eligen las Islas Canarias para sus vacaciones.

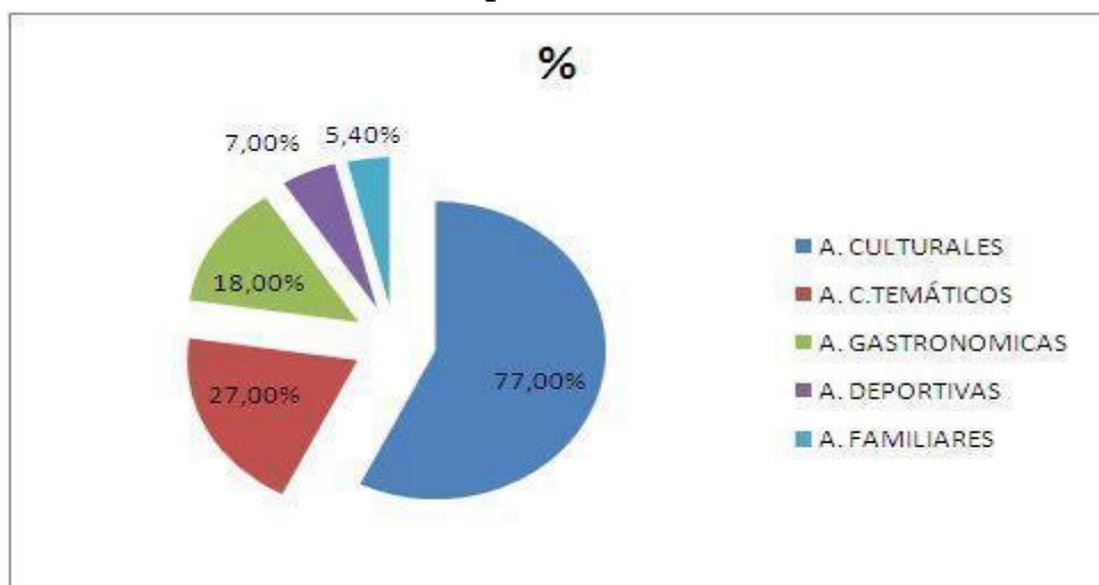
El mercado ruso es un mercado emergente con un elevadísimo atractivo y con un gran margen de crecimiento para Canarias. La posición competitiva de Canarias en este mercado respecto a otros competidores es baja. No obstante, Canarias tuvo una participación del **11,6 %** a lo que se refiere a la visita de turistas de origen ruso, comparándolo con el año anterior demuestra su potencial de crecimiento para los próximos años, gracias a la magnífica imagen, al buen nombre de nuestra cultura, el buen tiempo, la hospitalidad y la experiencia gastronómica. ¿Y cuánto crecieron otros mercados como el inglés, alemán, nórdico, etc....Al menos debe compararse con el crecimiento de los datos medios de turistas que vienen a Canarias).

3.4.4 LA PARTICIPACIÓN DE LOS TURISTAS RUSOS EN CANARIAS

El turista ruso ha sido y es un cliente especial para Canarias: su interés por los recursos culturales y por un producto de calidad le diferencia. Sus formas de disfrutar del ocio, en viajes prolongados y en familia, hacen de él un cliente deseado.

Lo que más valoran a la hora de elegir Canarias como destino es el paisaje volcánico, acercándose a las islas en busca del mar y el sol asegurado, con ganas de emplear su ocio en compras.

Gráfico 4. Participación del Turista Ruso en Canarias



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos(Diciembre 2015)

Como representamos en la gráfica 3, según los datos del Instituto de Estudios Turísticos en Diciembre del 2015, las principales actividades realizadas por los turistas rusos fueron las actividades culturales (77%) y las visitas a parques temáticos (27%). Menos importantes fueron las actividades de diversión (18%), actividades gastronómicas (8%), deportivas (cerca del 7%) o visitas a familiares (5,4%).

Por lo que podemos concluir que, el turismo ruso es un mercado que presenta enormes oportunidades para la diversificación en nuestro país: cada vez busca más el turismo cultural y de ciudad, el de naturaleza, de salud y de compras.

Los productos más comprados por ellos son ropa y moda (más de la mitad de las compras), electrónica y artículos de viaje, relojería y joyería, así como en lo referente a las actividades deportivas, el surf o el golf. Además de estar interesados por la cultura, la gente y la singularidad de su gastronomía.

3.4.5 GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS

La satisfacción del visitante es importante por diversos motivos, destacando especialmente el hecho de que es uno de los antecedentes más importantes del comportamiento futuro o lealtad del visitante.

Tabla 6. Satisfacción Global Percibida por Mercados

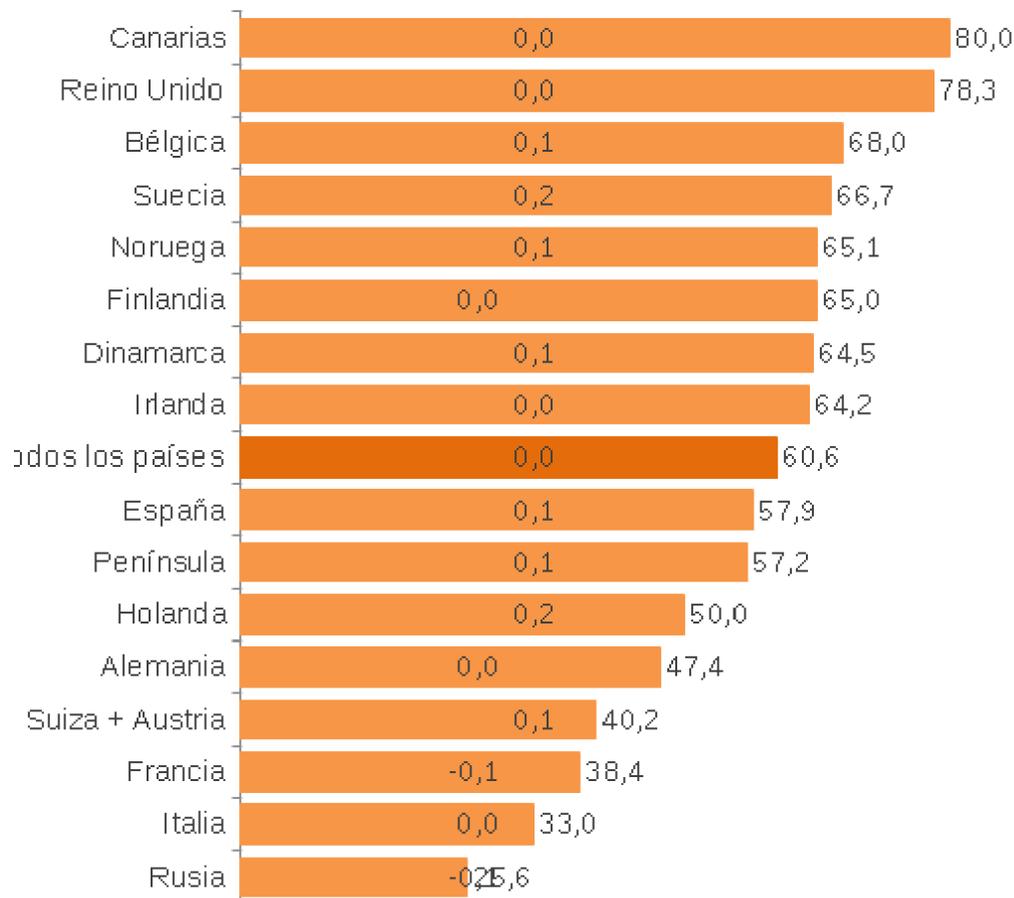
	2014	2015	dif.14/15
Rusia	8,94	8,79	-0,15
Finlandia	8,71	8,74	0,03
Reino Unido	8,70	8,70	0,00
Irlanda	8,73	8,66	-0,07
Canarias	8,44	8,58	0,13
Todos los países	8,5288025	8,5016065	-0,0271959698
Dinamarca	8,31	8,41	0,10
Suecia	8,35	8,40	0,04
Suiza + Austria	8,38	8,39	0,02
Bélgica	8,43	8,38	-0,05
Alemania	8,47	8,38	-0,09
Italia	8,35	8,38	0,03
España	8,40	8,37	-0,03
Península	8,40	8,36	-0,03
Noruega	8,20	8,33	0,13
Holanda	8,16	8,20	0,04
Francia	8,24	8,20	-0,05

Fuente: Cabildo Insular de Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

La satisfacción del turista es de suma importancia para las empresas y destinos que quieren obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado, como se puede ver claramente en la gráfica anterior.

Tras la encuesta realizada por el Cabildo de Tenerife, puntuando grado de satisfacción en una escala del 1 al 10, vemos que todos los países que visitan a las Islas Canarias se quedan visiblemente satisfecho con el viaje realizado (Rusia, Finlandia y Reino Unido siendo los tres países que mayor puntuación no has) por lo que supone un grado de satisfacción elevado, destacando que esto es debido a los principales factores que les han motivado viajar a nuestras islas (estudiado en el apartado 3.4).

Tabla 7. Nivel de Fidelidad: Porcentaje de Repetidores Según los Mercados



Fuente: Cabildo Insular de Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife (2014)

La repetición de las visitas genera cierta estabilidad en el destino y contribuye a que surjan impresiones positivas sobre la localidad, reduciendo la necesidad de inversiones en la atracción de turistas (Alegre & Cladera, 2009: 670). En la tabla 8, podemos ver que la lealtad es considerada, hoy en día, como un elemento fundamental ya que el consumidor supone una fuente de ingresos estable y mejora los beneficios de la empresa o destino; retener a un cliente tiene unos costes asociados menores que los que suponen captar otros nuevos; y consumidores y visitantes leales se convierten en un canal de información y comunicación positiva para otras personas, como consecuencia de la comunicación boca-oído.

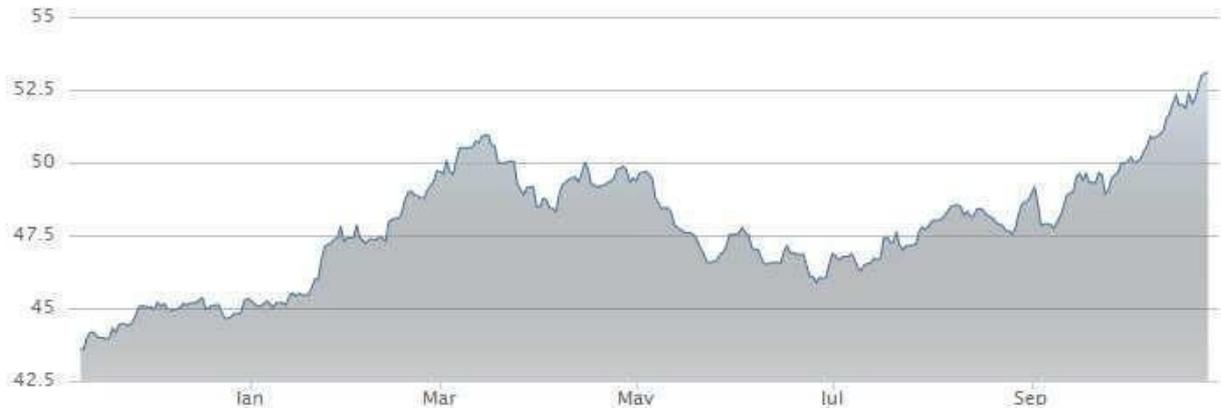
4. **OBSTÁCULOS QUE SE HAN MANIFESTADO PARA PODER VISITARNOS**

Hemos comentado todas las ventajas y los beneficios que esperamos, pero también sería oportuno comentar el porqué del descenso y sensibilidad de la demanda, o en otras palabras que provocó el receso de la demanda durante el 2014, período donde se hizo más notable el movimiento producido en la demanda de este mercado.

- ***Devaluación del rublo***

Debido a la crisis de Ucrania las divisas han experimentado una variación bastante grande y ha llevado al euro a superar los 51 rublos en marzo 2014, un mínimo histórico, cuando en octubre de 2013 era de 43,8 rublos. En julio 2014 el cambio estuvo sobre 47 rublos, un 10% más que en 2013. En septiembre de 2014 se situó en la banda alta de los 49 rublos, casi el 15% más que hace un año. En octubre 2014 euro llegó a superar 53 rublos.

Gráfico 5. Tipos de Cambio Euro al Rublo



Fuente: datos.bancomundial.org

Según los últimos datos, con fecha 04 de Agosto del 2016, el Banco Central de Rusia (BCR) ha elevado su principal tasa de interés al 7,5% desde el 7% anterior para revertir la caída del rublo y los "crecientes riesgos de inflación", según ha informado, la autoridad monetaria rusa. Se trata de la segunda subida consecutiva en dos meses, después de que en marzo los elevara al 7%.

Según explica el Banco Central en su comunicado, la posibilidad de que la inflación supere el objetivo del 5% al cierre de 2014 "ha aumentado sustancialmente" debido a las "condiciones desfavorables" de los mercados.

Hoy, la agencia de calificación crediticia Standard & Poor's (S&P) ha recortado la calificación de la deuda soberana de Rusia, desde 'BBB' a 'BBB-', situándola a un solo escalón del grado de especulación, también conocido como bono basura, con perspectiva "negativa". La revisión a la baja de la nota de Rusia, la primera que realiza la firma desde diciembre de 2008, viene motivada por el conflicto con Ucrania.

El rublo bajó hoy el 0,68% frente al dólar estadounidense y el 0,76% ante el euro.

El presupuesto ruso tradicionalmente está basado en el precio del petróleo y los ingresos de la venta del crudo, por lo que la dinámica de los precios influye esencialmente en la economía. Según algunas estimaciones, cada 10 dólares que baja el barril de petróleo, el déficit público aumenta en un 1% del PIB. El presupuesto de 2014 se diseñó con un precio de 93 dólares por barril, y el de 2015, de 95 dólares. Algunos especialistas creen que el precio límite que puede aguantar la economía rusa es de 80 dólares.

El problema que nos encontramos es que se intenta paliar esas bajadas con más petróleo, con lo que contribuye a acelerar el descenso del oro negro, en un bucle que se ve agravado por los serios problemas económicos y financieros que ya arrastra el país.

El valor del rublo se ha reducido a la mitad en poco más de un año, después de que el Banco Central dejara de controlar su cotización. Los expertos rusos, divididos ante esta medida. Tal y como indica el gráfico 5, la cotización respecto al dólar estadounidense ha sufrido grandes fluctuaciones a lo largo del 2015.

Gráfico 6. Devaluación del rublo respecto al \$



- **La prevención para los ciudadanos rusos que salen al extranjero**

En septiembre 2013 el Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación Rusa publicó un aviso de recomendación a los ciudadanos rusos que salen al extranjero. El Ministerio de Asuntos Exteriores advierte a los ciudadanos rusos de abstenerse de realizar viajes al extranjero, especialmente a los países que han apoyado a los EEUU con los acuerdos sobre entrega mutua (180 países), si hay unas sospechas argumentadas de lo que los órganos protectores americanos pueden tener algunas pretensiones, debido a frecuentes casos de detenciones de ciudadanos rusos en diferentes países del mundo con el fin de su extradición y persecución judicial en los EEUU. El 10 de abril 2014 el Ministerio de Asuntos Exteriores volvió a advertir a los ciudadanos rusos de que se abstengan de viajar al extranjero, especialmente en el caso de los funcionarios públicos rusos.

- ***Quiebras de turoperadores***

La difícil situación política y la devaluación del rublo se han agravado con las quiebras de turoperadores. De julio a septiembre se han producido en cadena las quiebras de grandes turoperadores rusos: Neva, Roza Vetrov, Expo Tur, Labirint, Ideal Tur, IntAer, Solvex Turne, Ugniy Krest, Versa. Muchas de ellas estaban relacionadas en mayor grado con la quiebra del bróker aéreo Aviacharter. El propietario de Aviacharter también era propietario de Ideal Tur y Labirint.

Las numerosas quiebras han creado un clima de desconfianza en el consumidor y también afectaron a España. El director de Natalie Tours de Costa Dorada, Costa Azahar y Costa Garraf para el mercado ruso, Jordi Matas, dice que “con todas estas quiebras los clientes desde mediados de agosto no están comprando. El turista tiene miedo perder su dinero.

Esta situación, junto a las facilidades que aporta internet ha hecho que cada vez un porcentaje mayor de rusos se reserve sus vacaciones directamente, sin utilizar turoperadores.

- ***Visado dactiloscópico***

Cuando estalló la crisis de Ucrania, muchos rusos temían las demoras en la recepción del visado, lo que también frenó el flujo de salida a países europeos.

Aunque el Cónsul de España en Moscú ha transmitido que se están cursando visados con absoluta normalidad y que no ha habido una reducción.

A pesar de los intentos del gobierno ruso de facilitar el régimen de visados con la UE, hay pocos resultados, incluso al contrario. Entre los puntos positivos se puede mencionar que a partir del 2015 será posible recibir un visado de hasta 7 años en el caso de solicitar antes el visado dos o más veces al año, y este tipo de visado no se puede llamar turístico.

En el 2015 para obtener el visado Schengen el turista ruso, aparte de aportar otros documentos, tendrá que pasar por dactiloscopia.

En el caso de que pasar la dactiloscopia sea un elemento obligatorio para obtener el visado a UE, el proceso sea todavía más lento y complicado. Todos los miembros de familia a partir de 6 años tendrán que presentarse en el consulado.

Con certeza se puede decir que muchos optarán por viajar a otro destino. La implantación del visado biométrico puede ser una dificultad añadida para los países europeos en el caso que nos ocupa, el turismo ruso. Según la Asociación de los Turoperadores de Rusia (ATOR), la necesidad de dactiloscopia aumentará el precio, los plazos y las colas en los centros de visados rusos, lo que a su vez hará que el turista cambie sus preferencias geográficas y elija otros países fuera de la Unión Europea.

En la actualidad aunque muchos países apuestan por la exención de los visados entre la UE, siguen teniendo esta limitación, no se ha llegado a una negociación.

- ***Disminución de las salidas de los rusos al extranjero***

Las sanciones económicas, políticas y financieras contra Rusia dañan gravemente al turismo, disminuyendo el flujo turístico de salida. Conforme a la estadística del Rosstat el volumen de salida de los ciudadanos rusos en el primer semestre de 2014 ya se ha reducido al 6,5 %. Al mismo tiempo en 2014 ha aumentado el turismo interior.

Un gran papel jugó la promoción turística del Sur de Rusia, especialmente en la zona costera de Sochi. Sochi también fue la zona de inversión inmobiliaria debido a los Juegos Olímpicos. En el verano 2014 muchos rusos decidieron pasar las vacaciones en Crimea, indudablemente esta región llamó la atención de muchos ciudadanos rusos. Así en verano de 2014 los turistas rusos llegaban a Crimea a través de nuevas conexiones aéreas y muchos también optaron por visitar esta región en coche a través del paso de Ker turistas, los viajeros tenían que estar más de 24 horas en cola a la espera del buque para trasladarles a otro lado.

Además, se observa la caída de las reservas anticipadas, un 40%, según los expertos. La razón principal hay que buscarla en la inestabilidad del cambio de moneda y en la caída general de la capacidad de compra por parte de los rusos, además de la inestabilidad por Turoperadores de Rusia (ATOR), el volumen del mercado de los viajes crece, pero no en las ventas de los productos turísticos, sino en la compra online de billetes de avión y tren.

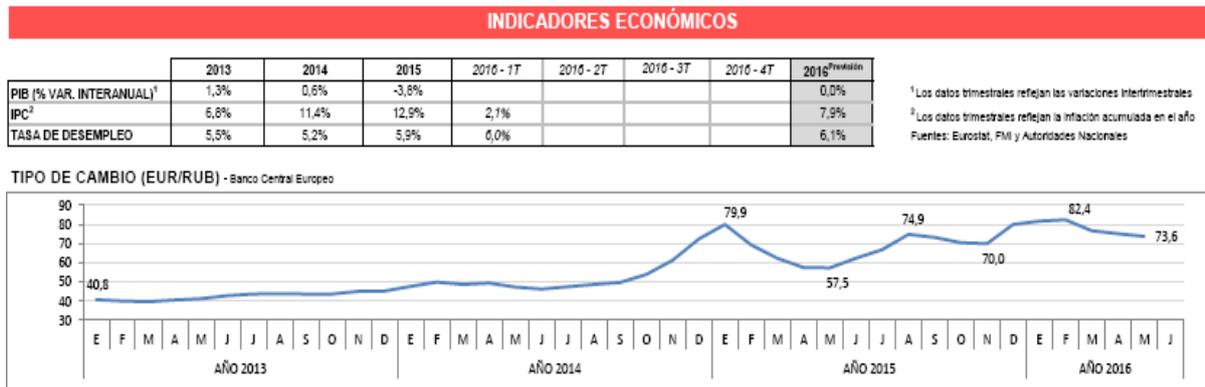
La inestabilidad y la devaluación del rublo, que hace que para los rusos sea más caro viajar a la zona euro, condicionan el comportamiento de este turista.

Y para concluir, vemos las consecuencias de lo comentado anteriormente en nuestro país, de una manera más detallada, con los datos facilitados por FRONTUR (Turespaña) donde se detallada que en 2014 el número de turistas rusos disminuyó un 10,3%. Si en 2014 el mercado ruso supuso un 2,2% del total del turismo emisor hacia España, en los nueve primeros meses del año su cuota ha caído al 1,5%.

De enero a noviembre de 2015 la caída acumulada asciende al 33,7% (Frontur INE).

Después de esta caída tan importante, en lo que vamos de año, aunque aún este en una fase de incertidumbre, según datos que aporta el Gobierno de Canarias, la llegada de estos turistas se ha aumentado un 10%.

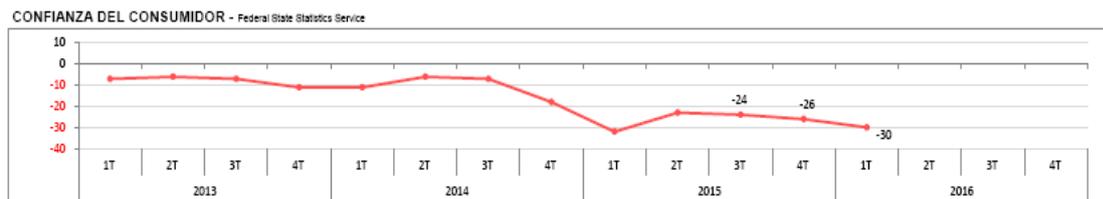
Gráfico 7. Indicadores Económicos



Fuente: Instituto de Turismo de España Junio 2016

Todos estos datos han provocado una gran sensibilidad y desconfianza que es lo que ha provocado ese receso en estos años, pero como se observa en la gráfica 7 posterior aunque los datos que tenemos no son positivos, se ve la recuperación y las posibilidades que se tienen en este mercado.

Gráfico 8. Confianza del Consumidor



Fuente: Instituto de Turismo de España Junio 2016

5. **MEJORAS PARA CAPTAR O MANTENER EL TURISMO RUSOS**

Tras el crecimiento de los rusos por disfrutar sus vacaciones en el Archipiélago, hace que aumenten los esfuerzos, por parte de las administraciones públicas y del sector privado, en la promoción turística, la dotación de servicios personalizados y la ampliación de conexiones aéreas de las distintas islas con Rusia.

Atrás quedaron los tiempos en que los únicos ciudadanos rusos que arribaban a las costas isleñas eran los marineros que surcaban los océanos a bordo de los submarinos y los gigantescos buques de la era soviética, que utilizaban los puertos canarios para reparar las naves, descansar e, inclusive, vender gorras del ejército, insignias, binoculares, cámaras fotográficas, vodka, películas de cine, y otras reliquias de la recién desaparecida URSS.

Hoy en día, los rusos, no solo aprovechan el verano, sino que también, durante la temporada de otoño invierno, surcan el cielo y, en poco más de seis horas aterrizan en "la perla del Atlántico".

Desde hace años Rusia se contempla como un mercado potente e interesante por la calidad de su turismo. Según estudios de la Organización Mundial de Turismo, en la actualidad, junto a los

escandinavos y los chinos, Rusia es un potencia generadora de turistas, que además, como un mercado en expansión, aumentará considerablemente.

- ***Esfuerzos por dar a conocer Canarias en Rusia***

Continuando con la información del ISTAC, Tenerife es la isla preferida por los rusos. En 2015, el 80% de los rusos que escogieron Canarias para tomarse unas vacaciones, el 80% eligió Tenerife. En el 2014 el porcentaje alcanzó el 91%. Y dentro de Tenerife, la mayoría elige pasar su estancia en la costa de los municipios del Sur: Adeje, Arona y Santiago del Teide. El sur de la isla lleva trabajando el mercado ruso desde hace más de dos décadas, y ha adquirido una amplia experiencia.

Además, la elección se ve por la cantidad de líneas aéreas que conectan la isla con Moscú y San Petersburgo. En octubre del pasado año, la nueva ruta de Aeroflot se unió al resto de las otras compañías aéreas que ya conectan el Aeropuerto de Tenerife Sur con Rusia: Air Europa, Rossiya Airlines, Vim Airlines, Nord Wind, I Fly LTD y Transaero.

El aeropuerto Tenerife Sur suma una media de nueve conexiones semanales con Rusia, con enlaces a los aeropuertos de Domodédovo, Sheremétievo, y Vnúkovo, los tres en Moscú, y con el de Púlkovo, en San Petersburgo.

También Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote tratan de posicionarse como destino en Moscú. Las islas orientales venden una planta hotelera a medida de los consumidores rusos, pero los obstáculos que deben solventar, además de la promoción, es lograr acuerdos con los turoperadores, y que estos incluyan estas islas en su carta de destinos preferentes.

En la pasada temporada de invierno fueron 5.000 los viajeros que hicieron este trayecto, mientras que para la presente, se esperan 10.000 turistas. Gran Canaria se ha promocionado en vallas y carteles publicitarios distribuidos por Moscú, ciudad con la que en la actualidad se conecta con un vuelo cada cinco días.

- ***Islas Canarias, Novedades Promotur, Redes Sociales***

Cabe destacar que los internautas rusos son los que más dependencia tienen de las redes sociales, pasando cerca de 10 horas al mes conectados a las mismas. Turespaña desarrollará una acción directa de promoción dirigida al público ruso, reforzando la presencia de España en internet y redes sociales. Asimismo, el portal oficial del turismo de España, *www.spain.info* incrementará notablemente los contenidos en ruso y se lanzará un reportaje específico sobre el Año Dual del Turismo. También se lanzará una campaña durante el otoño 2016 y la primavera 2017 que nos permitirá tener más visibilidad ante el público ruso. Conscientes de la importancia del mercado ruso para Canarias, Promotur, ha puesto en marcha un perfil de Islas Canarias en ruso en la red social VK con el fin de establecer un mayor vínculo afectivo con los potenciales turistas y de mejorar nuestro posicionamiento en el país.

El turista ruso es el que mayor gasto realiza en destino; un mercado en expansión que, según los últimos estudios, considera a España como destino favorito para viajar durante 2014 y 2015.

El liderazgo de VK en Rusia no se cuestiona, la red social es líder desde hace años en diferentes países del este y cuenta ya con más de 100 millones de usuarios en el mundo. Se calcula que casi un 40% de la población rusa tiene una cuenta en VK (frente a un 5% de Facebook).

- ***España y Rusia buscan incrementar los flujos turísticos entre ambos países con la celebración del Año Dual de Turismo 2016–2017.***

La celebración del Año Dual de Turismo España–Rusia parte de la Declaración Conjunta firmada, en diciembre de 2015, por el ministro de Industria, Energía y Turismo y el ministro de Cultura, donde ambos países se han comprometido a colaborar con el objetivo de incrementar los flujos turísticos entre ambos mercados. Llevarán a cabo una serie de medidas encaminadas a la promoción de los destinos, fomentar las inversiones y a simplificar los trámites para los turistas. Entre ellas, intercambiar expertos y periodistas que escriban sobre turismo, participar en las principales ferias e iniciativas de la industria, incrementar la promoción turística y la popularización de los productos turísticos a través de los medios de comunicación e internet e intercambiar información y cooperación sobre las inversiones en el sector turístico.

Otra de estas líneas de acción es la que contempla simplificar los trámites para los turistas, y en particular la expedición de visado. De hecho, dentro de los objetivos y los propósitos del Año Dual se contempla el esfuerzo mutuo en la máxima facilitación de visados, tanto turísticos como de larga duración.

Hay que destacar que el pasado 17 de marzo de 2016 entró en funcionamiento un segundo centro de visados en Moscú dedicado a los turoperadores, a las agencias y a sus clientes, convirtiendo nuestra red de centros de visados en Rusia en la más extensa entre todos los países Schengen.

El programa oficial de actividades del Año Dual comenzará esta noche con una Gala de estrellas del Ballet Ruso que se celebrará en el Teatro Real de Madrid. Para este periodo, España se propone el desarrollo de las acciones dirigidas al sector profesional ruso-español.

Por ejemplo:

★ La participación en las principales ferias de turismo en Rusia (Intourmarket y MITT, celebradas en marzo, y Otdykh Leisure en septiembre) que supondrá un excelente escaparate de la oferta turística española.

★ El mantenimiento de un boletín de novedades turísticas en España.

★ La plataforma de formación online para agentes de viaje interesados en la certificación de ‘Experto en España, con el objetivo de renovar la percepción de la Marca Turística España vinculándola a la imagen de modernidad, diversidad y calidad, que hacen de España un destino único. Entre las otras actividades previstas figura un amplio programa de viajes de prensa con la colaboración de Cataluña, Islas Baleares, Islas Canarias, Andalucía y otros itinerarios de España por descubrir, como el itinerario por Castilla La Mancha siguiendo las huellas de El Quijote con motivo de la celebración del Quinto Centenario de la muerte de Cervantes. Las presentaciones y encuentros con profesionales, prensa y proscriptores son otras opciones, como el Festival de Flamenco que tendrá lugar en San Petersburgo, una exposición fotográfica sobre Galicia, la exposición en el Museo Pushkin de Moscú de una obra de Cranach cedida por el Museo Thyssen Bornemitsza de Madrid, o una exposición monográfica sobre el pintor valenciano Sorolla también en Moscú.

Finalmente, uno de los hitos del Año Dual por su valor simbólico y social será “llevar el turismo a las aulas”, mediante los seminarios sobre el Turismo y España, en la Universidad de Finanzas y la de los Pueblos, ambas en Moscú.

El Año Dual se cerrará en esa ciudad en el primer semestre del 2017, con unas jornadas directas especializadas en turismo cultural, con participación de empresas y destinos españoles.

- ***Inversiones rusas en las islas***

En paralelo al encuentro con TUI, el cabildo organizó una presentación de Gran Canaria dirigido a 150 agentes de viajes rusos. Que la isla de Gran Canaria parece ser un mercado interesante, parece creerlo también un grupo de inversores de San Petersburgo que actualmente están dispuestos a invertir 700 millones de euros en la construcción de un gran complejo turístico integrado por cuatro hoteles, bungalows, un campo de golf y un casino en una zona del sur de la isla, en San Bastolomé de Tirajana.

Afianzando la viabilidad de esta inversión en entre otros factores, el buen clima, el entorno natural, la seguridad, la estabilidad política, el auge turístico y la baja fiscalidad. Si este proyecto saliera adelante, sería la primera gran inversión turística rusa en la isla. *Según apunta el artículo de prensa Russia beyond the headlines.*

Otra curiosidad que cita el mencionado artículo sería la relevancia que se aprecia en Canarias a pie de calle. En los anuncios publicitarios, junto al inglés y al alemán, ya se incluye el alfabeto cirílico.

Otro ejemplo puede ser El Corte Inglés de Tenerife. Nina Kavaliova, responsable de marketing y turismo del centro, nos explica que al año atienden alrededor de 2.500 ciudadanos rusos que hacen compras por valor de 150200 euros. Esta clientela es tan importante que, en la tienda se ha integrado cartelera y servicio de megafonía en su idioma, y además existe a su disposición un punto de información turística.

Por otro lado, día a día se constata que, gradualmente las Islas Canarias van fraguando en el imaginario ruso gracias a otros caminos, muy distintos de las campañas de promoción turística, quizás más influyentes, como el cine y la televisión.

Otra gran inversión sería la realizada por la empresa United Confectionary SL (UniConf) ya cuenta con la correspondiente concesión administrativa en el puerto de Santa Cruz de Tenerife para materializar su solicitud de “instalación y puesta en funcionamiento de una industria de elaboración, transformación, conservación y envasado de alimentos de consumo humano”. Se trata de una fábrica rusa de chocolate y galletas. Consta de una inversión de más 6 millones de euros, El proyecto de la fábrica supone una inversión para la fábrica de 6.250.000 euros, de los que United Confectionary debe depositar el 5% (312.500 como aval una vez concedida la licencia).

La concesión administrativa otorgada por la Autoridad Portuaria tiene una duración de 35 años y será prorrogable en las condiciones que establezca el puerto tinerfeño.

El principal producto que fabricará esta empresa de procedencia rusa es chocolate y galletas para exportación. El objetivo es hacer llegar sus productos al continente africano, en un volumen que alcanza las 3.000 toneladas al año, según el proyecto.

La inversión de UniConf supone la creación de unos 300 puestos de trabajo, a los que se sumarán los que se generen en la propia construcción de la fábrica. La tasa de ocupación que ha de pagar la concesionaria se eleva a 105.000 euros anuales y la tasa de actividad es de 21.000 euros. En total debe pagar 127.128 euros.

6. CONCLUSIONES

El presente Trabajo de Fin de Grado persigue investigar los flujos turísticos procedentes de Rusia y determinar la importancia económica de la presencia de turistas rusos en las Islas Canarias. Con este propósito, tratamos de identificar las principales líneas a seguir para mejorar el servicio en las Islas y atraer a un mayor número de turistas hasta el archipiélago canario.

El estudio realizado anteriormente nos ayuda a comprender mejor los cambios que hemos podido apreciar en la demanda turística. Pues, se podría afirmar que la crisis económica que ha afectado de manera general puede haber provocado cambios en los turistas que nos visitan.

Estos cambios comienzan viéndose en el análisis del perfil de turistas que llegan a las islas, pues aunque continúan siendo las mismas nacionalidades aquellas que más nos han visitado durante el período (ingleses, alemanes y españoles), existen otras donde el número del que nos visita se ha incrementado en los últimos años, como es el caso de Rusia, que cada vez tenemos más turistas de este país que ha decidido pasar sus vacaciones con nosotros.

Desde hace unos años, el perfil de los turistas que nos visitan, como sabemos no solo proviene de Inglaterra, Alemania o la península, sino que cada vez podemos hablar de otros nuevos mercados emergentes, como el ruso.

Tras la investigación realizada observamos que los turistas que nos visitan más son aquellas que se encuentran en un mercado laboral, por lo que son personas en condiciones de tener tiempo y dinero para el ocio y las vacaciones, permaneciendo así en las Islas más tiempo que el resto de visitantes, en torno a los 10 o 12 días. Además, el turista Rusos reservan sus viajes con mucha antelación, entre una media de uno a tres meses antes, contratando su estancia en régimen de sólo alojamiento con media pensión y suele hospedarse en hoteles cinco estrellas.

En resumen, se puede afirmar que el perfil del cliente que visita las Islas Canarias proviene principalmente de Reino Unido, Alemania y España. La edad media del cliente suele estar entre los 31 y los 45 años, tratándose en su mayoría de trabajadores por cuenta ajena, que realizan el viaje solos o en pareja. El motivo por el que realizan el viaje es para relajarse y descansar, además de visitar lugares confortables. Además, antes de llegar al destino, buscan información apoyándose en familiares y amigos, principalmente. La elección de este destino se debe en su mayor parte a su clima amable, a su tranquilidad y a sus paisajes y playas. En el origen contratan, casi siempre, el todo incluido. La estancia media es de 10 y 12 días y el gasto alcanza los 60€ por turista y día.

Por tanto, el turismo sobre todo para Canarias constituye su mayor fuente de ingreso, por lo que deberíamos cambiar la percepción del turista extranjero e incluso peninsular, que tiene de Canarias en su conjunto; en el sentido que podemos ofertar algo más que sol y playa como conocer los volcanes, paisajes, nuevos lugares, descansar y estar en contacto con la naturaleza.

Con respecto a la demanda turística en Canarias, analizamos el gasto medio diario por persona de los turistas y también el reparto de los gastos en destino por turista y día, así como la contribución del turismo al crecimiento del Archipiélago.

Pero, lo que realmente les interesa a las islas es la rentabilidad que estas puedan obtener del turismo, es decir el gasto que tienen los turistas, por ello su estudio. Pues sería interesante que el archipiélago pudiera centrarse en primer lugar en aquellos países que más dinero dejan en las islas antes que en aquellos que más nos visitan que en este caso son los Alemanes, Rusos, los suizos Australia y Bélgica, aquellos que ocupan los lugares más altos en cuanto a gasto turístico en las islas.

Respecto a las motivaciones que tienen los turistas para visitarnos después de la clasificación que hemos realizado con ellas, siguen predominando las motivaciones naturales, es decir, aquellas que no dependen del ser humano (el clima o sol, las playas, los paisajes y la tranquilidad), es decir que aunque se haya producido una situación desfavorable económicamente seguimos siendo deseados por los mismo motivos.

Por tanto, y debido a que las motivaciones naturales no se encuentran al alcance del ser humano para ser modificadas, en cambio sí para ser cuidadas, se podrían explotar aquellos motivos que han presentado aumento, como los parques de ocio, las actividades náuticas y otra oferta deportiva, y que se encuentran dentro de las actividades que pueden ser creadas por el hombre. Pues, las islas podrían centrarse en estos aspectos que han sufrido cierto aumento y ofrecerlos a sus turistas, unido a los aspectos naturales de los que ya goza.

En un mercado turístico como el que nos encontramos, tan competitivo y cambiante, no vale quedarse quieto a la espera de nuevas posibilidades y oportunidades que creen una ventaja competitiva, lo que debemos es adaptarnos al continuo movimiento del mercado para intentar ir por delante de la competencia.

En los últimos años se ha trabajado para agilizar y facilitar los trámites administrativos, dado que condiciona en gran medida la entrada de los turistas rusos. Empezaron por darles multivisados y se incrementó el número de oficinas dedicadas a la expedición de visados. Pero aun así, el visado sigue siendo una barrera de entrada, debido al cúmulo de documentación que hay que presentar junto con la solicitud de visado, así como el tiempo que es necesario para la preparación y la gestión del visado. El diálogo entre UE y Rusia sobre una posible anulación del visado dura ya varios años, pero tenemos serias dudas de que se llegue a solucionar el problema en los próximos años debido a cuestiones políticas que, desde el inicio de la crisis de Ucrania, no ha hecho más que distanciar a Rusia de la UE.

El flujo turístico ruso crece paralelamente al incremento de vuelos directos, incluyendo a Canarias como uno de esos enlaces, al incrementarse la demanda y las ofertas, se ha conseguido que los precios de los vuelos se hayan estabilizado, sin contar con los paquetes de viajes, que ya salen programados desde el destino.

Y para finalizar, después del estudio realizado y con los datos que tenemos sobre la mesa, hemos llegado a la conclusión de por qué es tan importante este turista y no otros que nos visita en más ocasiones, la respuesta es muy fácil, y quizás engloba toda la idea, sencillamente porque a diferencia de otros tiene un perfil joven, con un nivel de inversión mayor, y lo que más nos favorece es que sus movimientos son a corto plazo, no piensan en inversiones a Largo plazo, ni en planes de pensiones, ellos disfrutan el momento, aunque bien es cierto que han incrementado la compra de inmuebles tanto para desarrollo profesional o simplemente como una segunda opción de su vivienda habitual.

Es por ello que se le da importancia a su participación, donde en muchas publicaciones dicen que vale más un ruso contento que dos alemanes sabios.

7. **BIBLIOGRAFÍA**

Hemos utilizado, manejado numerosa información durante la realización del trabajo, pero para hacer un tratamiento eficiente de la información, hemos seleccionado la de mayor relevancia.

- ***12Abril 2016:***

<http://www.minetur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2013/documents/npa%C3%B1odualespa%C3%B1arusia050416.pdf>

<http://www.diariodeavisos.com/2014/03/paraiso-en-ruso-se-llama-canarias/>

- ***17Abril 2016:***

<http://eldia.es/tenerife/2016-04-03/1-turismo-ruso-recupera-verano-registrara-alzas.htm>

http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/wp-content/uploads/2016/04/Promotur_Rusia_2015.pdf

- ***26 Abril 2016:***

<https://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/los-turistas-que-visitaron-las-islas-canarias-en-2015-gastaron-un-9-mas/>

<http://www.rusalia.com/turistas-rusos/>

- ***6 Mayo 2016:***

<http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/Paginas/indicadoresturísticos.aspx> IE

<http://diariodeavisos.elespanol.com/2016/05/gasto-los-turistas-extranjeros-canarias-aumento-7-primer-trimestre-2016/>

- ***13 Mayo 2016:***

<http://www.diariodeavisos.com/2015/06/gasto-turistas-extranjeros-sube-13-en-canarias-hasta-mayo-se-situa-en-5-419-millones/>

- **20 Mayo 2016:**

http://es.rbth.com/internacional/2013/02/05/el_turismo_ruso_un_valor_en_alza_en_canarias_2459

<http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/Paginas/indicadoresturísticos.aspx>

http://es.rbth.com/internacional/2013/02/05/el_turismo_ruso_un_valor_en_alza_en_canarias_2459

- **20 Mayo 2016:**

http://www.gobcan.es/turismo/estadisticas_y_estudios/Pasajeros_procedentes_del_extranjero_según_País_de_origen_/index-bis.html

- **30 Mayo 2016:**

<http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

<http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

<http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

- **8 Junio 2016:**

http://es.rbth.com/economia/2015/12/26/que-ha-pasado-con-el-rublo-en-2015_554817?crd=7

<http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

- **15 Junio 2016:**

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/rusia/politica-y-economia>

<http://estadisticas.tourspain.es/eses/estadisticas/analisis-turistico/coyuntura/paginas/default.aspx>

- **15 Julio 2016:**

<http://www.webtenerife.com/es/investigacion/situacion-turistica/informes-situacion-turistica/documents/is201605def.pdf>

http://www.gobiernodecanarias.org/istac/temas_estadisticos/sectorservicios/hosteleriayturismo/de manda/

www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/encuesta-gasto-turistico-canarias-noticia.html

- ***04 de Agosto 2016:***

<http://www.eleconomista.es/cruce/EURRUB?gclid=CMiY667zqM4CFViRGwod3JEFoA>

<http://rusia.pordescubrir.com/visado-sigue-siendo-gran-inconveniente-turistas-rusos.html>