

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

TITULACIÓN: MASTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN  
DE EMPRESAS E INSTITUCIONES TURÍSTICAS

**TRABAJO FIN DE MASTER**



**TÍTULO: OPORTUNIDADES DEL TURISMO RUSO  
EN LA REGIÓN DE MURCIA**



Alumno: MIROLYUBOVA MARINA

Directora: EVA TOMASETI SOLANO

Octubre 2013

## INDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE RUSIA.....</b>	<b>6</b>
1.1. Descripción general del país.....	6
1.1.1. Geografía y clima.....	6
1.1.2. Población.....	7
1.1.3. Organización político-administrativa.....	7
1.1.4. Fiestas.....	8
1.1.5. Moneda e idioma.....	9
1.1.6. Formación.....	10
1.2. Historia de Rusia.....	11
1.3. La vida económica del país.....	13
1.3.1. Recursos naturales.....	13
1.3.2. Industria.....	13
1.3.3. PIB.....	14
1.3.4. Comercio exterior.....	15
<b>2. TURISMO RUSO. ESPAÑA COMO UN DESTINO INTERESANTE.....</b>	<b>17</b>
2.1. Historia del turismo Ruso.....	17
2.2. Últimas tendencias turísticas.....	20
2.3. España como un destino interesante para los rusos.....	21
<b>3. ANÁLISIS DEL TURISMO RUSO EN ESPAÑA.....</b>	<b>24</b>
3.1. Perfil del turista ruso que visita España.....	24
3.2. La Región de Murcia como destino de futuro para el turismo ruso.....	29
3.3. Principales acciones a desarrollar para captar al turismo ruso.....	32
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>38</b>
<b>ANEXO: CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>40</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>44</b>

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar el interés del turismo ruso por visitar España, en general, y la Región de Murcia, en particular. Con este fin desarrollamos una investigación dirigida a los rusos. El análisis de los resultados muestra que el turista ruso tiene un gran interés por este país. Los últimos tres años el número de turistas rusos que visitan España aumentó considerablemente. La muestra de nuestra investigación nos enseña que cada provincia española fue visitada por un turista ruso.

También se pudo comprobar el desconocimiento del turista ruso sobre la Región de Murcia por lo que se hace necesario realizar actividades de promoción dirigidas de manera específica a este segmento. Con este fin elaboramos un plan de captación del turista ruso para la Región de Murcia que consiste en informar al turista, prepararse a su llegada, satisfacer sus esperanzas y cumplir con lo que le prometimos antes, entre otras cosas.

## INTRODUCCIÓN

Rusia es el país más extenso del mundo, ocupa el noveno puesto por población con 143 millones de habitantes. Hasta el año 1991 Rusia era un país cerrado por tener el régimen soviético. Pero a partir de este año, cuando Rusia llega a la democracia, las fronteras se abren y los rusos empiezan a viajar fuera del país. Últimamente la gente rusa viaja mucho a España aumentando el número de turistas cada año.

El primer objetivo de este trabajo es analizar el interés que tiene el turista ruso por España, en general, y la Región de Murcia, en particular. El segundo objetivo es elaborar un plan de captación del turista ruso para la Región de Murcia.

Para llegar a nuestros objetivos desarrollamos una investigación dirigida al turista ruso que al menos una vez visitó España. Los resultados de esta investigación nos permiten conocer mejor el turista ruso para entender porque viene a España, con que frecuencia, en que compañía. También aprendemos que herramientas utiliza para planear su viaje.

En el primer capítulo de este trabajo vamos a ver lo que es Rusia a día de hoy. Aprendemos sus características principales: geografía, clima, formación, historia y economía para entender su situación actual en el mundo. Veremos que es un país fuerte económicamente, por lo tanto puede convertirse en un mercado turístico muy interesante para España.

En el segundo capítulo vamos a estudiar el turismo ruso: la historia, el desarrollo y las últimas tendencias. También veremos cual es la posición de España como destino para los rusos. Para analizarlo bien vamos a estudiar los datos estadísticas que nos muestra el INE (Instituto Nacional de Estadística) y RATA (Asociación Rusa de las Agencias Turísticas). En este capítulo veremos que Rusia es un buen emisor de turistas y que España tiene todas las posibilidades de ser uno de los destinos más populares entre turistas rusos en los próximos años.

En el tercer capítulo hablaremos de nuestra investigación y sus resultados. Veremos el perfil del turista ruso que visita España, según la muestra que tuvimos, las principales características de su viaje. También analizamos el perfil del turista ruso que visita la Región de Murcia y las principales características de su viaje. Veremos que la Región de Murcia no entra en las provincias más visitadas por los rusos aunque tenga un importante número de turistas. Analizando las respuestas de nuestra muestra aprenderemos que el problema principal es que el turista ruso no conoce la Región de Murcia ni lo que puede ofrecerle.

En el tercer epígrafe del tercer capítulo vamos a elaborar un plan de captación del turista ruso para la Región de Murcia basado en los resultados de nuestra investigación. Analizaremos los puntos débiles de la situación de hoy e intentaremos encontrar las medidas para solucionarlos y para aumentar el número de turistas rusos a la Región de Murcia.

En este trabajo se han utilizado fuentes de información secundarias externas: libros, revistas especializadas, estudios del sector, estadísticas etc. También se han utilizado fuentes de información primarias: cuestionario de la investigación dirigido al turista ruso que al menos una vez visitó España. El cuestionario contiene doce preguntas y está añadido al trabajo como el anexo.

# 1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE RUSIA

## 1.1. Descripción general del país

### 1.1.1. Geografía y clima

Rusia (o Federación Rusa) es un país situado en Europa Oriental y en Asia del Norte. Es el país más extenso del mundo, compuesto de dos llanos separados por la Sierra Ural, con un territorio de 17 millones de kilómetros cuadrados (Почепецтp, 2011). Rusia tiene nueve zonas horarias y es el noveno país por población con 143 millones de habitantes en 2013 (ГосКомСтат, 2013).

Rusia hace frontera con muchos países. En el norte sus vecinos son Finlandia, Noruega, Estonia, Latvia, Polonia y Lituania. En el este la rodean Bielorrusia y Ucrania. En el sur hace frontera con Georgia, Azerbaidzhan, Kazajstan, Mongolia, China y Corea del Norte. En el oeste comparte sus aguas con las islas japonesas (ver figura 1).

**FIGURA 1**  
**MAPA DE RUSIA**



Fuente: Atlas de Geografía (2002)

Rusia es grande y desigual, los rasgos territoriales de la economía del país tampoco son uniformes. El nivel de desarrollo del territorio se distingue mucho entre las regiones. Aunque la población de Rusia sea relativamente grande, la densidad de población es baja por la enorme extensión del país. La densidad es mayor en la parte europea de Rusia, cerca de los Montes Urales y en el sudoeste de Siberia. Así, en la parte europea (incluido los Urales), que supone un 25% del territorio, se concentra el 80% de la población del país, mientras que en las regiones orientales (Siberia y el Extremo Oriente), que supone el 75% del territorio, lo hace el 20%. La densidad de la población media en la parte europea es de 26,3 personas por kilómetro cuadrado y en las regiones orientales es 2,5 de personas por kilómetro cuadrado, esto es, 10 veces más bajo (Росстат, 2008).

Aunque en Rusia hay una gran variedad de climas, en líneas generales se considera que predomina el clima continental. La mayor parte del país tiene un verano corto en los meses de junio, julio y agosto con temperaturas entre 30-40 grados, tiempo intermedio entre mayo y septiembre, y el resto del año (desde octubre a abril) hace bastante frío, con temperaturas bajo cero y nieve. Así, las temperaturas en Rusia varían entre 35 grados positivos y bajo cero. En algunas regiones de Siberia bajan hasta 50-60 grados en el invierno (Россия Великая, 2013).

### **1.1.2. Población**

Las ciudades más importantes son Moscú, San Petersburgo, Nizhni Nóvgorod, Ekaterinburgo, Novosibirsk, Samara, Omsk, Cheliábinsk, Rostov del Don, Perm, Kazán y Ufá. Moscú, la capital de Rusia, cuenta con una población de casi 12 millones de habitantes (ГосКомСтат, 2013).

Rusia es un país multinacional. Según los datos del censo de población del año 2010, 80% son rusos, casi 4% son tártaros, 1,41% son ucranianos, 1,15 son baskires, 1,05% son chuvasios, 1,04% son chechenes y los demás nacionalidades (armenios, bielorrusos, ávaros, mordvinos, kazajo, azeríes, udmurto, osetios etc.) tienen menos de 1% (Российская Газета, 2010).

### **1.1.3. Organización político-administrativa**

La Federación Rusa es una república con sistema presidencial. La ley fundamental de Rusia, La Constitución de la Federación de Rusia, fue adoptado el 12 de diciembre de 1993 y entró en vigor el 25 de diciembre de 1993 en el momento de su publicación oficial (Козлова Е. И., Кутафин О. Е., 2006).

Este enorme terreno se compone de 83 sujetos federales entre los cuales hay 21 repúblicas dentro de la federación que tienen un alto grado de autonomía sobre la mayor parte de cuestiones internas que corresponden a algunas minorías étnicas de Rusia (aunque no siempre sean mayoritarias en ese territorio). Cada república tiene su propia constitución. El resto del país se divide en 9 kraís (territorios), 46 provincias llamadas “óblasts”, 4 distritos autónomos y una óblast autónoma (Конституция РФ, 1993). Además, hay dos ciudades federales, Moscú y San Petersburgo (ver figura 2).

**FIGURA 2**  
**DIVISIÓN TERRITORIAL DE RUSIA**



Fuente: Козлова Е. И., Кутафин О. Е., 2006

#### 1.1.4. Fiestas

A lo largo del año el país celebra con días no laborables las fiestas siguientes (Головина С.Ю., 2008):



1 de enero — El día del Año Nuevo. El periodo vacacional es del 1 a 6 de enero, en Rusia Año Nuevo es mas celebrado que Navidad.

7 de enero — Navidad. La Iglesia Ortodoxa no acepta las reformas que fueron hechas en el calendario juliano e insiste en celebrarlo según dicho calendario; el día 8 también es festivo.

23 de febrero — El Día de los Defensores de la Patria (antes era el Día del Ejército Rojo y de la Marina), empezó a celebrarse con la Primera Guerra Mundial, como homenaje a las Fuerzas Armadas que vencieron a los ejércitos alemanes en el 1918.

8 de marzo — El Día Internacional de la Mujer. Empezó a celebrarse en 1910 como homenaje a las mujeres trabajadores pero hasta 1965 no pasó a ser día festivo.

1 de mayo — El Día Internacional de los Trabajadores, también el Día de la Primavera. En un principio se celebraba como día de la solidaridad de los trabajadores, pero con la separación de la Unión Soviética pasó a ser el día de los trabajadores y de la primavera.

9 de mayo — El Día de la Victoria. Fue nombrado por la victoria del Ejército Soviético sobre Alemania en la Gran Guerra de la Patria en 1945; pasó a ser día festivo a partir del año 1965.

12 de junio — El Día Nacional de Rusia. Es el día que aceptaron la Declaración sobre la Independencia Estatal de la Federación Rusa en 1990.

4 de noviembre — El Día de la Unidad Popular. Empezó a celebrarse a partir del año 2004 como homenaje a la desocupación de Moscú por los polacos en 1612.

Como vemos casi todas las fiestas son estatales, sólo una es religiosa (Navidad). La Iglesia Ortodoxa es dominante en Rusia. Según ВЦИОМ, en el año 2007 había 67% de ortodoxos, 6% de musulmanes y las demás religiones tenían alrededor de 1-2%. Sin embargo, de éstos el 31% no se interesa por la religión. Eso explica por qué la Iglesia Ortodoxa aunque tenga muchas festividades, ninguna tiene el día festivo, salvo Navidad.

### **1.1.5. Moneda e idioma**

La moneda oficial es el Rublo que es igual a 100 Kopeek. Actualmente el tipo de cambio del Rublo está fijado con el Dolar a una tasa 30:1, con el Euro a una tasa de 40:1 (Центральный Банк России, 2013).

El idioma oficial es el ruso. En los negocios se usa el inglés o el idioma del país extranjero de los negocios. Los documentos suelen utilizar dos idiomas – ruso e inglés (o el idioma del país negociante). Según la Constitución de Rusia, las regiones autónomas pueden establecer su idioma materno dentro de la región lo que supone que en la totalidad de Rusia se hablen más de 100 idiomas y dialectos.

El idioma ruso tiene una gran importancia regional, particularmente en las Ex Repúblicas Soviéticas. Es uno de los seis idiomas oficiales de la ONU y uno de los cuatro idiomas de trabajo en la OSCE. El año 2007 fue designado Año Internacional de la Lengua Rusa (The Moscow Times, 2007).

### **1.1.6. Formación**

En el 2010 el nivel de la alfabetización de la población rusa entre 9 y 49 años fue del 99.8%. El sistema educativo tiene las siguientes fases (Образование в России, 2010):

- preescolar con guarderías y jardines de infancia (1-6/7 años)
- escuela primaria (6/7-10 años)
- escuela media general (11-15 años)
- escuela media completa (16-18 años)
- formación profesional primaria: liceos, escuelas de artes y oficios, colegios profesionales
- formación profesional media: colegios, centros educativos, escuelas técnicas de peritaje
- formación profesional superior y posgrado: institutos, universidades, academias.

Cada persona está obligada a tener como mínimo el nivel de la escuela media general, los padres son responsables de la educación de sus hijos.

## 1.2. Historia de Rusia

Durante la mayor parte del siglo XX Rusia formaba la parte de la Unión Soviética creada en 1922 en territorio de Europa y Asia con la participación del Imperio Ruso, La República Socialista Soviética de Ucrania, La República Federal Socialista Soviética Transcaucasia y La República Socialista Soviética de Bielorrusia. La Unión Soviética fue el Estado mas grande del mundo con un territorio comparado al continente de América del Norte (БСЭ, 1977).

**FIGURA 3**  
**MAPA DE LA UNIÓN SOVIÉTICA**



Fuente: Historia de la Revolución Soviética y la URSS, 2013

En los años 80 del siglo XX las diferencias políticas entre repúblicas y la crisis económica llevaron a la Unión Soviética a su fin. Cada república empezó a reclamar su independencia pensando que sola se salvaría mejor que dentro de un país tan grande. En diciembre de 1991 la Unión Soviética dejó de existir oficialmente (Беловежское соглашение, 1991).

Muchos historiadores hablan de esto como la mayor catástrofe geopolítica a nivel global. La Comunidad de Estados Independientes reemplazó a la Unión Soviética. Diez de las ex repúblicas soviéticas aceptaron la nueva forma de cooperación pero las otras cinco no. Los tres países bálticos (Estonia, Letonia y Lituania) no tuvieron la más mínima intención de seguir con la relación post-soviética acusando al régimen de los Comunistas

de la ocupación de sus territorios y de las desgracias humanas y la crisis económica (Декларация об осуждении осуществлявшегося в Латвии тоталитарного коммунистического оккупационного режима СССР, 2005). En la actualidad, los tres estados ya son miembros de la Unión Europea.

Turkmenistán abandonó la Comunidad de Estados Independientes el 26 de agosto del 2005 para convertirse en miembro asociado. En agosto de 2009 se retira Georgia. Ucrania de pleno derecho no es miembro de la Comunidad de Estados Independientes porque no había ratificado el estatuto de la organización, siendo sin embargo un estado fundador y miembro de la Comunidad (История России XX век: 1939—2007 / под ред. А. Б. Зубова, 2009).

La creación de la Comunidad de Estados Independientes firmó la disolución de la Unión Soviética y, según Vladímir Putin, su propósito fue el permitir un "divorcio civilizado" entre las repúblicas que conformaban la Unión (Послание Президента России Путина В. В. Федеральному Собранию Российской Федерации, 2005).

Aunque desde la creación de la Comunidad de Estados Independientes se hayan firmado numerosos documentos acerca de cooperación económica, defensa y relaciones internacionales entre sus estados-miembros, la relación entre ellos no se puede definir como estable y amistosa. El proceso de separación siguió el rumbo ya dentro de un nuevo país - la Federación Rusa. Las Comunidades Autónomas empezaron a reclamar su independencia lo que desembocó en los conflictos armados del sur del país (Данилов А.А., 2003).

Tras haber obtenido su independencia las ex repúblicas de la Unión Soviética no dudaron en acusarla por todo lo malo que había pasado en sus regiones haciendo el acento que no se trataba de una población sino de un régimen totalitario de los Comunistas pero el aire se quedó cargado. Tomando en cuenta que Rusia se quedó como la heredera de todos los decretos, responsabilidades y deudas de la Unión Soviética, se veían sin lupa las referencias que hacían los presidentes de otros países como Ucrania, Belorusia etc. (NEWSru, 2008)

Rusia también sufrió mucho con la separación de los países y el humor hostil de sus vecinos. La Primera y Segunda Guerra de Chechenia entre los años 1994-2003 se llevaron la vida de más de 150.000 de personas. Además, con la separación empezó la ola de inmigración. Antes, en los tiempos soviéticos, a nadie le importaba su nacionalidad, la gente se casaba, formaba familias, nacían niños. En la actualidad mucha gente ha pasado a ser extranjera en el lugar donde ha vivido toda su vida (Барсенков А.С., Вдовин А.И., 2005).

### **1.3. La vida económica del país**

#### **1.3.1. Recursos naturales**

Rusia es un país geológicamente rico, ocupa el primer puesto del mundo en reservas generales geológicas de la mayoría de los minerales. También posee las mayores reservas de gas natural, las segundas mayores reservas de carbón y las octavas mayores reservas de petróleo a nivel mundial. Es el primer exportador de gas natural y el segundo de petróleo que constituyen, junto con la madera, el 80% de las mismas. Es el número uno a nivel mundial en recursos de otros tipos de materias primas metalúrgicas (hierro, níquel, cobalto, estaño etc.), mineras (apatitos) y materias primas de construcción (Гринфилд Ю., 2011).

Rusia tiene las reservas de recursos forestales más grandes del mundo y forma la cuarta parte del territorio forestal mundial. (Россия Великая, 2013).

#### **1.3.2. Industria**

La industria de Rusia determina el potencial científico-técnico y de producción del país y el grado y la eficiencia en el uso de los recursos naturales, materiales y laborales. La base de la industria de Rusia está compuesta por las ramas primarias, la industria extractora, la agricultura y la economía forestal. En 2009 Rusia se transformó en el principal exportador de petróleo y gas natural del mundo, así como el tercero exportador mundial de acero y aluminio primario (Гринфилд Ю., 2011).

Las ramas secundarias son la industria transformadora, la construcción, el transporte y la comunicación. Los principales y grandes ferrocarriles de Rusia son Transsiberian, Baikal-Amurian, Sredsiberian, Juzhsiberian (124 miles de kilómetros en total). Existe una extensa vía marítima del Norte. Las líneas y los nudos de transporte son un punto débil de la organización territorial de la economía del país.

Con el crecimiento del progreso científico-técnico las ramas terciarias que se refieren a la esfera intelectual y los servicios públicos adquieren mayor importancia y desarrollo (Данилов А.А., 2003).

Rusia ha pasado por importantes transformaciones desde el fin de la Unión Soviética, saliendo de una economía aislada y planeada centralmente para una economía de mercado globalmente integrada. La crisis económica que afectó a todos los países post-soviéticos en los años 1990 fue peor que la Gran Depresión en los países de Europa Occidental y los Estados Unidos en los años 1930 (История России XX век: 1939—2007 / под ред. А. Б. Зубова, 2009).

Las reformas económicas de los años noventa privatizaron grande parte de la industria, con la notable excepción de los sectores de energía y militar.

### **1.3.3. PIB**

Después de la crisis de 1998 el PIB de Rusia empezaba a crecer. En 2008 el PIB alcanzó el máximo con 30759,8 mil millones de rublos (1025,36 mil millones de dólares), con un incremento del 7,3 % respecto al año anterior gracias a la construcción y la producción de los materiales de construcción, la producción de los medios de transporte y la producción de la maquinaria mecánica (Гринфилд Ю., 2011).

La crisis económica mundial no pasó desapercibida para Rusia. La brusca caída de los precios mundiales por las mercancías rusas, el descenso de la accesibilidad de los créditos baratos a finales de 2008 y comienzos del 2009 han provocado el hundimiento en el mercado de fondos de Rusia, la devaluación del rublo, el descenso de la producción industrial, la caída del PIB y de los ingresos de la población, y un brusco incremento del desempleo (Росстат, 2010).

En mayo de 2009 el PIB de Rusia bajó un 11 % con relación al mes análogo del año anterior. En marzo de 2010 en el informe del Banco Mundial se notaba que las pérdidas de la economía de Rusia se encontraban por debajo de lo esperado a principios de la crisis. Según el Banco Mundial, en parte ha pasado gracias a las medidas anticrisis que ha emprendido el gobierno. Poco a poco los índices de la economía se han arrastrado hacia arriba.

El PIB nominal del 2011 según la paridad del poder adquisitivo (PPA) ha compuesto más de 3 trillones de dólares (Всемирный банк, 2012), y el PIB per cápita fue de 21248 dólares. Con ese índice el país entra en la lista de los 50 mejores países del mundo dejando atrás todas las repúblicas de la Comunidad de Estados Independientes (Development Indicators and Global Development Finance). En el 2012 el salario medio en Rusia fue de 26500 rublos (660 euros), el nivel de desempleo fue 5,2 % (ГосКомСтат, 2012). Hoy la economía de Rusia es sexta del mundo por el volumen del Producto Interno Bruto (International Monetary Fund, 2012).

En la economía de hoy de Rusia predomina el sector de los servicios que suponen el 58 % del PIB, la industria y la agricultura el 42 % (Росстат, 2012). La división entre los sectores se puede ver en el cuadro 1.

**CUADRO 1**  
**DIVISIÓN DEL PIB ENTRE LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA RUSA EN 2012**

<b>Sector económico</b>	<b>Cuota del PIB</b>
Comercio	20,2 %
Operaciones inmobiliarias, alquiler y concesión de los servicios	10,1 %
Transporte y comunicación	9,2 %
Administración estatal y mantenimiento de la seguridad militar, seguridad social obligatoria	5,1 %
Actividad financiera	4,6 %
Sanidad pública y concesión de los servicios asistenciales	3,3 %
Educación	2,7 %
Hoteles y restaurantes	0,9 %
Otros servicios	1,9 %
<b>TOTAL SERVICIOS</b>	<b>58 %</b>
Industria transformadora	18,5 %
Industria extractiva	10,1 %
Construcción	5,7 %
Agricultura	4,4 %
Electroenergética	3,0 %
Pesca, piscicultura	0,3 %
<b>TOTAL INDUSTRIA Y AGRICULTURA</b>	<b>42 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Росстат (2012)

Las medidas anticrisis del gobierno han exigido el gasto de una parte importante de las reservas internacionales. A partir del 1 de julio de 2009 las reservas internacionales del Banco Central bajaron en un año (desde 2008 hasta 2009) a un 27,5%. Las exportaciones cayeron en comparación con mayo de 2008 un 45% y las importaciones un 44,6%. El saldo del balance comercial disminuyó un 1,8 (Центральный Банк России, 2009).

#### **1.3.4. Comercio exterior**

La actividad del comercio exterior de Rusia es difícil e intensa. En la estructura del comercio exterior de Rusia la Unión Europea ocupa un lugar especial. Es el mayor motor económico del país. En el 2008, el 52% de la mercancía rusa en circulación pertenecía a la Unión Europea (Росстат, 2009).

En 2012 los principales socios comerciales extranjeros de Rusia fueron China, Países Bajos, Alemania, Italia, Turquía, Japón, etc. Intercambio comercial con estos países está representado en el cuadro 2.

**CUADRO 2**  
**INTERCAMBIO COMERCIAL DE RUSIA EN 2012, mil millones de dolares**

<b>País</b>	<b>Intercambio comercial</b>
China	87,5
Países Bajos	82,7
Alemania	73,9
Italia	45,8
Turquía	34,2
Japón	32,2
Estados Unidos	28,3
Polonia	27,4
Corea del Sur	24,9
Francia	24,3

Fuente: Elaboración propia a partir de Федеральная Таможенная Служба (2013)

El volumen del comercio exterior en el 2012 llegó a 900 mil millones de dolares con el saldo positivo de 184,4 mil millones de dolares. Las exportaciones alcanzaron los 542,5 mil millones de dolares y las importaciones fueron de 358,1 mil millones de dolares (el número 9 y 16 respectivamente en el mundo). Rusia exporta materias primas hidrocarbónicas (petróleo y productos petroleros, gas, carbon), metales (aluminio, níquel, cobre), madera, productos químicos y una gran variedad de productos militares. Rusia compra medios de transporte, medicamentos, frutos y nueces, productos de hierro, instrumentos médicos y ópticos, carne, plásticos (CIA, 2012).



## 2. TURISMO RUSO. ESPAÑA COMO UN DESTINO INTERESANTE

### 2.1. Historia del turismo Ruso

El origen del turismo en Rusia se puede encontrar en la época en que empezaron a construir carreteras y decorarlas a la entrada en las ciudades importantes, como Novgorod Grande. En el mismo tiempo, en aquellas ciudades construyen los conventos donde los viajeros podían hospedarse. Uno de tales conventos fue el convento de Yuriy construido en 1118 (Г.А. Карпова, А.Т. Быков и др., 1998).

El emperador Pedro Grande aportó mucho al desarrollo del turismo obligando a su corte a viajar no sólo por motivo de negocios sino también para conocer otros países. "Mirar, ver y anotar" fue su orden. El emperador viajó mucho a Europa (Italia, Holanda e Inglaterra) y obligaba a viajar a la nobleza para estudiar fuera de Rusia (Шаповал, Г.Ф., 1999).

En diciembre de 1777 salió el primer anuncio en el periódico "Moskóvskie védomosti" invitando a la gente noble a participar en el viaje grupal a los países de Europa Occidental (Suiza, Italia y Francia) para conocer la cultura de dichos países y crear relaciones de negocios con ellos. Cada viajero pagaba su viaje según su contrato firmado. Este anuncio se toma como uno de los primeros pasos en el turismo organizado (Г.А. Карпова, А.Т. Быков и др., 1998).

Las primeras guías turísticas salen en los siglos XVII-XVIII y hablan de Moscú y San Petersburgo. Se desarrolla el turismo interior con fines de conocer el país, hacer negocios, estudiar y mejorar su salud. A comienzos del siglo XIX las actividades asociadas al excursionismo empiezan oficialmente. Todas las excursiones se hacen con el objetivo de conocer el mundo y el medio ambiente. Las primeras excursiones se organizan para los alumnos de diferentes centros escolares, donde los profesores empiezan a publicar periódicos y revistas sobre turismo, excursiones y museos escolares (Туризм в России, 2010).

Rusia tenía un interés muy grande por el turismo de montaña, tanto que a finales del siglo XIX se creó un club de alpinismo cuyos fundadores fueron los famosos científicos de la época, Vernádskiy, Seménov-Tian-Shánskiy, Anuchin. En esta misma época en San Petersburgo se abre otro club de turistas ciclistas que luego tienen filiales en Moscú, Hárkov, Kíev y Riga (Туризм в России, 2010).

A principios del siglo XX se forma "La sociedad rusa de turistas". En 1918 se constituye la primera empresa turística "Oficina de excursiones escolares". En 1919 salen decretos sobre balnearios y se empieza la construcción de los establecimientos para

mejorar la salud. El decreto de 1920 determina la península Crimea como la base vacacional donde empiezan a construirse las casas de vacaciones, balnearios, pensiones, bases y campamentos turísticos. Con la llegada del partido comunista todos los palacios y fincas de la nobleza se reforman para hacer de ellos alojamientos turísticos. En 1930 fue creada la sociedad anónima nacional "Inturist" para recibir a los turistas extranjeros (Шаповал, Г.Ф., 1999).

En la Unión Soviética el turismo para sus ciudadanos era interior en su mayoría, era muy difícil salir del país. El partido vigilaba a cada viajero, lo entrevistaba antes de su salida de la Unión Soviética y hasta lo preparaba para que no perjudicara la imagen del país. Rara vez salían de vacaciones, normalmente eran viajes por motivos laborales, con lo que no cualquiera podía aspirar a cruzar la frontera. Conseguir un pasaporte para el extranjero era un lujo (Г.А. Карпова, А.Т. Быков и др., 1998).

El turismo soviético o social estaba apoyado por el partido gobernador. Se daban plazas en diferentes campamentos infantiles para los niños de los trabajadores, donde las empresas financiaban del 50% a 100% del viaje. Algo similar ocurría con trabajadores y estudiantes con lo que el turismo en la Unión Soviética aumentó. Sin embargo, y dado que el sueldo del trabajador no dependía de la calidad de trabajo, ésta era muy baja (Под ред. Чудновского А.Д., 1999).

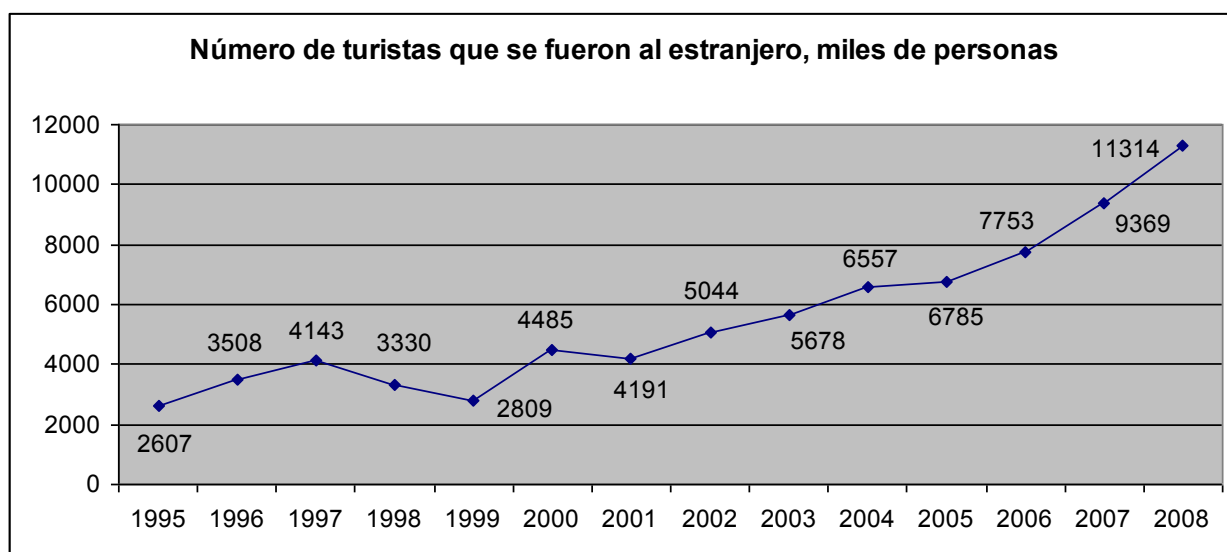
Con la llegada de la democracia todo cambió. Primero, se abrieron las fronteras. Ya no era tan difícil conseguir el pasaporte y viajar fuera del país. Poco a poco la gente empezó a aventurarse más allá de las fronteras rusas. Todo el mundo esperaba a los primeros turistas como a los exploradores del mundo para escuchar su opinión y consejos. Después de muchos años del servicio nacional la gente regresaba maravillada por la atención del cliente que les brindaban otros países lo que les animaba a seguir su ejemplo (Биржаков М.Б., 2001). Segundo, la pérdida de la península de Crimea que ahora formaba parte de Ucrania fue un golpe duro para la Rusia. Además, los costes de los viajes bajaron, con lo que se incrementó el turismo al exterior (Шаповал, Г.Ф., 1999). Tercero, el decreto presidencial del 15 de noviembre de 1991 permitió llevar a todas las empresas la actividad económica exterior lo que aumentó el flujo de turistas al extranjero al 20%. La ley federal del 4 de octubre de 1996 "Sobre los principios de la actividad turística en la Federación Rusa" determinaba objetivos y reglamentos estatales en el turismo y la creación de las condiciones adecuadas para su desarrollo (Биржаков М.Б., 2001).

Empezaron a crearse empresas turísticas que vendían paquetes de viaje a otros países, en principio a países más cercanos que dejaban entrar a los rusos sin visados. Luego llegó el flujo de extranjeros a Rusia, se organizaban vuelos y trenes

internacionales y se abrieron Consulados para emitir visados turísticos (Жукова М.А., 2003).

En 1993 nace la Unión Rusa de la Industria Turística y la Asociación Rusa de las Agencias Turísticas (RATA) que emite su periódico (RATA-news) donde publica meticulosamente todo lo que tiene que ver con el turismo, incluido datos estadísticos de diferentes tipos (Ильина Е.И., 2000).

**GRÁFICO 1**  
**FLUJOS TURÍSTICOS DE RUSIA EN 1995-2008**



Fuente: Elaboración propia a partir de RATA-news (2008)

En el final del siglo XX el turismo se convierte en un negocio próspero. El número de turistas aumenta, el gobierno del país se da cuenta de que necesita tener profesionales en el sector. Así, empiezan a abrirse las facultades de turismo y hostelería en las Universidades (Жукова М.А., 2003).

En el gráfico 1 podemos ver la evolución de flujos turísticos en Rusia en los años 1995-2008 donde se observa a partir del 2001 el número de turistas aumenta cada año. El mayor crecimiento nos dan los últimos dos años. En 2007 llegó un 20,84% más de turistas que en 2006. En 2008 llegó un 20,76% más que en 2007. Si comparamos 2001 y 2008 años, veremos que el aumento de número de turistas es de 170%.

## 2.2. Últimas tendencias turísticas

A principios del siglo XXI Internet recibe una gran aplicación en el territorio del país. Si antes se dependía de una agencia para organizar un viaje, ahora se puede hacer directamente en la red. Las empresas turísticas se ven obligadas a bajar precios frente a la competencia en la web. Cada día es más difícil mantener a flote una agencia de viajes. El mayor esfuerzo es ofertar en Internet unas condiciones muy atractivas para el turista. Los que se salvan mejor son touroperadores de los destinos masivos como Turquía y Egipto porque sigue siendo más barato comprar un paquete de todo incluido que comprar cada componente por separado (Типром, 2011).

**CUADRO 3**  
**FLUJOS TURÍSTICOS DE RUSIA EN 2008-2012,**  
**miles de personas**

<b>Nº</b>	<b>País</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
1	Turquía	2516,1	2681,7	2367,6	1966,7	2212,8
2	Egipto	1906,6	1452,8	2198,3	1615,4	1426,7
3	China	1328,9	1502,3	1440,4	999,2	2059,3
4	Tailandia	885,1	780,2	464,8	233,1	258,8
5	España	792,1	645,3	411,4	296,3	365,4
6	Alemania	713,1	702,3	470,7	363,3	330,3
7	Grecia	690,4	612,5	386,7	282,3	349,2
8	Italia	570,8	571,6	451,5	336,1	398,1
9	Emiratos Arabes Unidos	549,4	394,6	286,9	214,3	228,1
10	Finlandia	512,5	912,1	709,0	556,3	666,9
11	Chipre	404,7	323,6	234,3	155,1	172,4
12	Bulgaria	389,4	339,6	263,2	207,4	207,5
13	República Checa	379,7	367,5	267,5	213,9	227
14	Ucrania	315,8	263,9	205,4	219,5	309,8
15	Francia	299,3	267,2	222,7	200,1	229,2
	<b>Total</b>	<b>15332,1</b>	<b>14495,9</b>	<b>12605</b>	<b>9555,2</b>	<b>11313,7</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de RATA-news (2013)

El informe de RATA nos permite ver los destinos prioritarios de los rusos en los últimos años (ver cuadro 3). La crisis del año 2008 no pasó desapercibida para Rusia y el turismo también sufrió pérdidas del 15,54 % siendo los turistas en 2008 de 11313,7 miles y solo 9555,2 miles en 2009. Pero en 2010 el sector turístico recobró su puesto y aumentó el número de viajeros un 11,41 % comparado con 2008 y un 31,92 % comparado con 2009. Los últimos dos años, 2011 y 2012, también muestran el crecimiento de flujos turísticos.

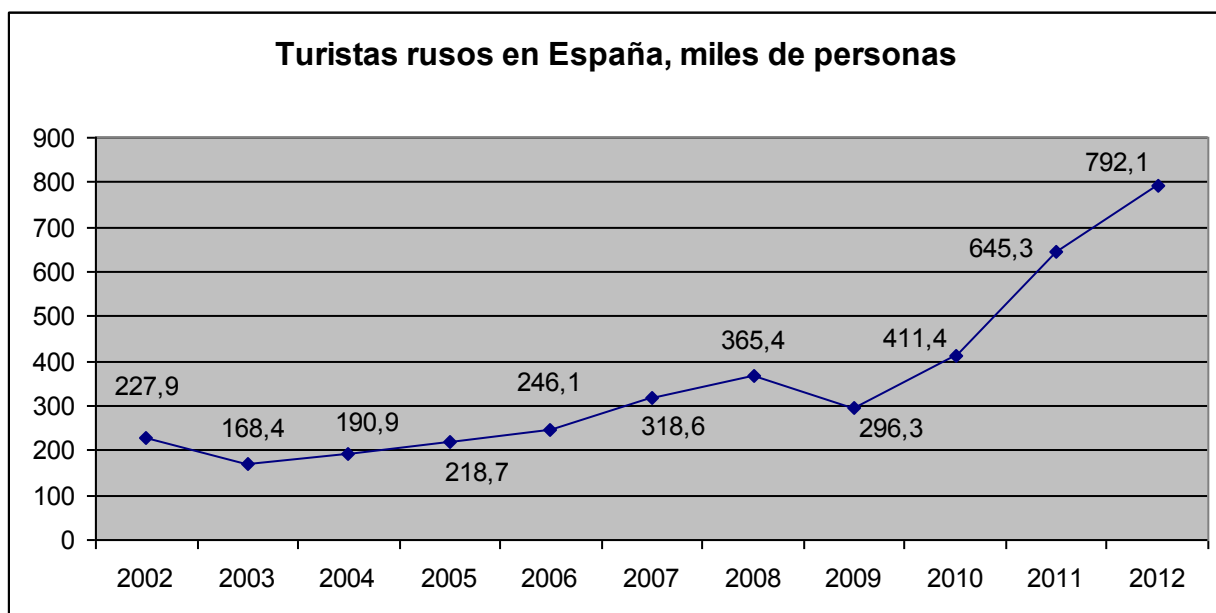
El turismo exterior sigue creciendo en Rusia. En las ciudades grandes se organizan exposiciones, congresos, mesas redondas etc. a nivel nacional e internacional dedicadas al turismo y vacaciones. La exposición turística mas importante del país es MITT (Moscow International Exhibition Travel & Tourism) y tiene lugar en el mes de marzo en Moscú y reúne a gran número de empresas, profesionales, estudiantes del sector turístico, viajeros y otros ciudadanos. Este año MITT cumplió 20 años de su próspera actividad con 1852 empresas de 198 países. Acogió a 73765 visitantes de Rusia y otros 100 países. 387 periodistas, 84 editoriales y 7 agencias de información (MITT-2013)

### 2.3. España como un destino interesante para los rusos

Después de la crisis del año 2008 que influyó en los viajes del 2009, el crecimiento del número de turistas fue rápido y notable (ver gráfico 2). En 2010 ha llegado un 38,85% de turistas más que en 2009. En 2011 llegó un 56,85% de tursitas más que en 2010. El crecimiento de flujo turístico en 2012, comparando con el 2009, fue 167,33%.

Si volvemos al cuadro 3 veremos que en el 2010 España ocupaba el puesto 8 entre las prioridades de los turistas rusos, subiendo al puesto 7 en 2011 y al número 5 en 2012 después de Turquía, Egipto, China y Tailandia.

**GRÁFICO 2**  
**FLUJOS TURÍSTICOS DE RUSIA A ESPAÑA EN 2002-2012**



Fuente: Elaboración propia a partir de RATA-news (2013)

También podemos ver que Turquía pierde interés por el descenso en la calidad de su servicio a favor de España. También hay que mencionar que Turquía aumenta el precio del alojamiento cada año lo que le hace perder una buena parte del flujo turístico. La única ventaja que mantiene es la corta distancia (Ростуризм, 2013).

Según el pronóstico de los expertos de ATOR (Asociación de Turoperadores Rusos), hay una gran probabilidad de que en el año 2013 España entre en la triada de líderes de los destinos turísticos elejidos por los rusos. Así, con 645 miles de turistas en 2011 y 792 miles de turistas en 2012, España muestra un crecimiento del 23%.

Para saber si los turistas rusos son importantes para España o no, podemos utilizar los resultados de FRONTUR elaborados por el Instituto Nacional de Estadísticas de España. Vamos a coger los tres últimos años para conocer también la dinámica de flujo turístico venido de Rusia. Los resultados están presentados en el cuadro 4.

**CUADRO 4**  
**PROCEDENCIA DE FLUJOS TURÍSTICOS EN ESPAÑA 2010-2012**

<b>Nº</b>	<b>País</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
1	Reino Unido	12.440.240	13.615.385	13.653.863
2	Alemania	8.814.070	8.975.236	9.335.870
3	Francia	8.125.354	8.375.035	8.969.009
4	Italia	3.490.352	3.764.818	3.571.659
5	Países Bajos	2.276.393	2.771.903	2.548.657
6	Portugal	1.895.574	1.878.087	1.861.093
7	Bélgica	1.623.375	1.756.695	1.706.354
8	Suiza	1.157.485	1.366.663	1.448.941
9	Suecia	1.112.935	1.294.206	1.401.330
10	Noruega	1.016.339	1.120.269	1.249.926
11	EE.UU	1.134.027	1.137.298	1.240.818
<b>12</b>	<b>Rusia</b>	<b>605.276</b>	<b>862.841</b>	<b>1.206.227</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur (2010-2012)

En el cuadro 4 se observa que Rusia ocupa el puesto 12. Pero lo más curioso no es el puesto sino el número de turistas que ha traído los tres últimos años. En 2011 llegaron un 42,6% más que en 2010. En 2012 un 39,8% más que en el año precedente y casi duplicó la cifra del año 2010. La tendencia que nos muestran estos datos es muy positiva. Aquí también podemos ver que los datos rusos no coinciden con los de España. El resultado viene de las distintas maneras de recoger los datos. Ahora cuando España forma parte del Espacio Schengen y los consulados de España en Rusia expiden los visado múltiples, se hace imposible conseguir un número exacto de turistas que vienen a España. Unos viajan varias veces al año, otros entran al Espacio Schengen por otro país que no fue España aunque el objetivo puede ser exactamente este país, etc. Lo importante es que las dos fuentes estadísticas nos muestren el crecimiento rápido y constante del flujo turístico en los últimos años.

### 3. ANÁLISIS DEL TURISMO RUSO EN ESPAÑA

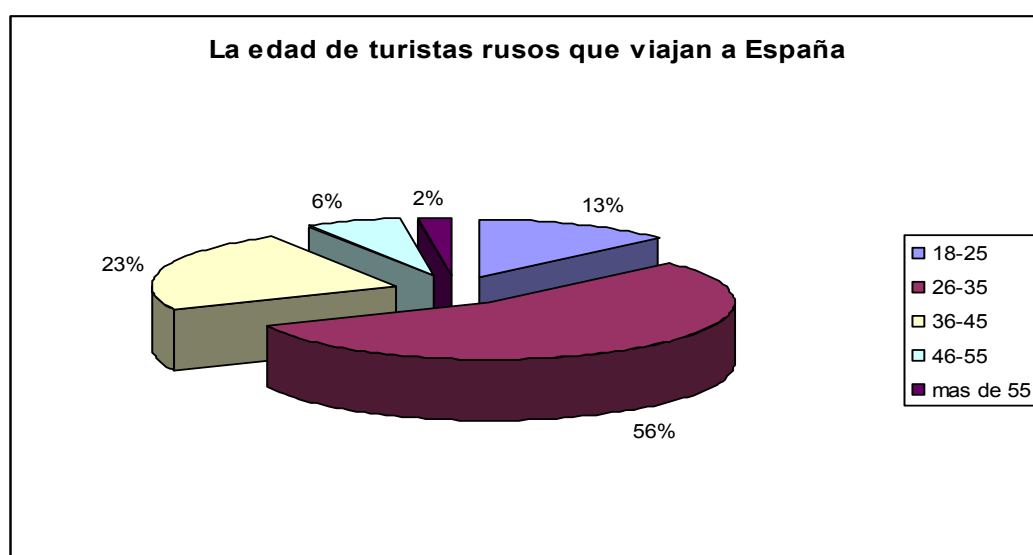
En el presente capítulo vamos a analizar el perfil de turista que visita España, en general, la Región de Murcia, en particular, para elaborar un plan comercial para captar al turista ruso ofreciéndole algo que le haga venir a la Región de Murcia y mas, repetir su viaje y contarlo a sus amigos y sus familiares.

#### 3.1. Perfil del turista ruso que visita España

Para analizar el conocimiento de los turistas rusos de España, en general, y de la Región de Murcia, en particular, en abril de 2013 realizamos una investigación sobre los turistas rusos que vienen a España. El objetivo de esta investigación es conocer el perfil de turista ruso que viene a España (quien vien, como, a donde y para qué). También queríamos saber si conocen los rusos a la Región de Murcia y si vienen allí a pasar sus vacaciones (como, a donde y para qué). Esto nos permitiría crear un programa de captación del turista ruso. Para ello hemos elaborado una encuesta compuesta por doce preguntas (ver anexo) que luego divulgamos por Internet en los foros turísticos y en las redes sociales dedicados a turismo y mas exactamente a los viajes a España. Las principales condiciones eran ser mayor de 18 años, residir en Rusia y haber estado al menos una vez en España.

Según los estudios de Martinez J.A. y Martínez L. (2008) para un país de 143 millones de habitantes, la muestra representativa sería de 577 personas. Nuestro estudio incluye las respuestas de 663 personas.

**GRÁFICO 3**  
**LA EDAD DE TURISTAS RUSOS QUE VIAJAN A ESPAÑA**



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

El gráfico 3 muestra que la mayoría de los turistas rusos de la muestras analizada que viajan a España es gente joven, 13% de 18 a 25 años y 56% de 26 a 35 años lo que en suma nos da 69%.

Una de las preguntas de nuestro estudio fue cuantas veces al año puede permitirse un viaje fuera del país. Los resultados están en el cuadro 5.

**CUADRO 5**  
**LA FRECUENCIA CON LA QUE VIAJAN TURISTAS RUSOS**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA FUERA DEL PAÍS**

<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2 veces al año	45,85
3-4 veces al año	30,02
mas de 4 veces al año	13,27
no cada año	10,86

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

El cuadro 5 muestra que la gente rusa viaja bastante fuera del país, el 30% viajan 3-4 veces al año y el 13% viajan mas de 4 veces al año, lo que supone que el 43% de turistas que viajan lo hacen con mucha frecuencia.

Ahora, en el cuadro 6 podemos ver cuántas veces estuvieron en España.

**CUADRO 6**  
**CUANTAS VECES LOS TURISTAS RUSOS**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA ESTUVIERON EN ESPAÑA**

<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 vez	36,35
2 veces	21,87
3 veces	14,03
con frecuencia	27,75

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

El cuadro 6 muestra que casi el 28% de la muestra (más de una cuarta) viajan a España con mucha frecuencia, o sea ya estuvieron aquí mas de 3 veces. Los que estuvieron en España 2-3 veces nos dan en suma casi 36%. Lo que quiere decir que la gente no solo viene sino vuelve o sea se quedan satisfechos con sus viajes a España y repiten.

La procedencia de la muestra en su mayoría era de Moscú (63%) y San Petersburgo (16%), las dos ciudades más importantes de Rusia. Y no es nada raro si



tenemos en cuenta que para venir a España hay que hacer el visado y Rusia solo tiene dos consulados de España, justamente en Moscú y San Petersburgo. Alrededor del 2% de la muestra vienen de Novosibirsk, Ekaterinburgo, Nizhni Nóvgorod, ciudades bastante grandes. Los resultados de otras ciudades no destacan tanto por ser pequeñas pero nos dan la imagen de que en su mayoría a España viene la gente que vive en la parte europea de Rusia por estar más cerca al destino y a los consulados.

Como viajan los turistas rusos de nuestra muestra podemos ver en el cuadro 7.

**CUADRO 7**  
**COMO VIAJAN LOS TURISTAS RUSOS**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA EN ESPAÑA**

<b>Con quien viajas</b>	<b>Porcentaje</b>
solo	19,28
con amigos	28,10
con familia	44,44
con colegas	3,92
grupo de estudiantes	1,31
grupo de interes	2,94

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

La mayoría de viajes se realizan con la familia, 44,44%. El segundo puesto lo ocupan los viajes con amigos que forman el 28,10%. Si le sumamos los viajes con colegas de trabajos, grupos de estudiantes y grupos de intereses (festivales, copas de fútbol etc.), nos quedará una quinta que viaja sola, 19,28%. Los rusos de nuestra muestra en su mayoría prefieren viajar acompañados.

**CUADRO 8**  
**EL MOTIVO DE VIAJE DE TURISTAS RUSOS**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA EN ESPAÑA**

<b>el motivo de viaje</b>	<b>Porcentaje</b>
sol y playa	34,49
cultural	43,33
shopping	9,89
negocios	4,50
estudios	4,10
ver familiares	3,14
otro	0,56

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

En el cuadro 8 observamos que la mayor parte de los viajes se realizan con fin cultural, 43,33%. Le sigue el motivo de sol y playa con un 34,49%, que no es nada raro teniendo en cuenta la cantidad y la calidad de las playas que tiene la península española. El 9,89% de los turistas rusos vienen para hacer compras. En Rusia se venden muchas marcas españolas pero los precios de los artículos son muy elevados comparados con los españoles y sobre todo en la temporada de rebajas. Algo más del 4% viene para hacer negocios y para estudiar. En la categoría "otro" figura solamente con un 0,56% los viajes de eventos, la gente se desplaza por copas de fútbol, festivales de teatros, de música, danza, etc.

Como la confirmación de que los rusos de la muestra usan mucho Internet tenemos el resultado de que el 64,54% de la muestra busca información en la web cuando quiere irse de viaje, el 27,25% pide consejos e información a sus amigos y familiares, solamente el 5,88% se lo pregunta a las agencias de viajes. La prensa y la TV tienen un porcentaje aún menor, un 1,33%. En la categoría más curiosa, la de "otros", tenemos la gente que trabaja en el turismo, la gente que compra las guías turísticas antes de ir de viaje, también la gente que busca la información en el aeropuerto de llegada y que utiliza la prensa rusa que hay en España y representan un 1%.

La gente rusa de nuestra muestra que viaja a España en su mayoría sabe idiomas extranjeros. Una de las preguntas de nuestro estudio fue si es importante para un turista ruso que la información dentro del país también esté en ruso. Los resultados son los siguientes: 20,21% dijeron que no porque saben hablar español, 49,02% contestaron que no era importante porque saben inglés u otro idioma (que no sea español) y esto es suficiente para entenderse, 26,24% dijeron que si, es muy importante que la información dentro del país esté en ruso. Al 3,17% no les importa si está en ruso o no porque viajan acompañados (con alguien que resuelve todo) o se explican en el lenguaje de gestos para entenderse.

Como la pregunta también tenía la opción de "otro", aquí tenemos resultados más interesantes. Unos afirman que estudian español, otros se quejan de que los españoles no hablan ni siquiera inglés como para entenderse con ellos. Hay gente que dice que sabe hablar español e inglés pero sería muy bien tener la información en ruso, en su opinión, sería un detalle de la parte de España, un signo de respeto hacia el turista extranjero. Varias personas contestaron que no quieren la información en ruso precisamente para que no venga cualquiera, los turistas incultos que se comportan fatal y avergüenzan a sus compatriotas.

En el cuadro 9 podemos ver la popularidad de las provincias españolas para los rusos de nuestra muestra.

**CUADRO 9**  
**POPULARIDAD DE PROVINCIAS ESPAÑOLAS**  
**PARA LOS RUSOS DE LA MUESTRA ANALIZADA**

<b>Provincia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cataluña	29,00
Madrid	16,29
Andalucía	10,81
Comunidad Valenciana	10,53
Islas Canarias	7,11
Islas Baleares	4,37
País Vasco	3,53
Castilla y León	3,36
Castilla La Mancha	3,19
Región de Murcia	2,74
Aragón	2,30
Galicia	1,57
Cantabria	1,29
Asturias	1,23
Navarra	1,06
Extremadura	0,95
La Rioja	0,67

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

Como podemos ver en el cuadro 9 el liderazgo pertenece a Cataluña con un 29%, luego va Madrid con un 16,29%, Andalucía y Valencia compiten por el puesto tercero con un 10,81% y un 10,53%, respectivamente. España para los rusos de la muestra analizada empezó con los monumentos de Gaudí y los castillos de moros. Los primeros vuelos tenían como destino Barcelona y Madrid. Después se arriesgaron a abrir el vuelo Moscú-Málaga y acertaron. El siguiente fue Moscú-Alicante y Moscú-Valencia. Algunos destinos pasaron de vuelos en la temporada alta a vuelos regulares (Alicante, Málaga) sin contar un sinfín de vuelos con escalas.

Tras los cuatro destinos importantes van las islas españolas, Canarias con un 7,11% y Baleares con un 4,37%. Las demás provincias no tienen un porcentaje muy alto pero lo importante es que cada provincia española fue visitada por los rusos de nuestra muestra lo que demuestra un gran interés de esos turistas hacia España.

La Región de Murcia ocupa el puesto 10 con un 2,74%. Vamos a ver su situación con más detalles y las posibilidades de captar a los turistas rusos en el siguiente epígrafe de este trabajo.

### 3.2. La Región de Murcia como destino de futuro para Rusia

En el cuadro 9 vimos que la Región de Murcia ocupa el puesto 10 de las 17 provincias del país con el resultado de 2,74% de atención turística de nuestra muestra. ¿Por qué las turistas que vienen a España no vienen a Murcia? ¿Por qué vienen los que vienen? Una de las preguntas de nuestra investigación es destinada para averiguar con que frecuencia viajan los turistas rusos de nuestra muestra a la Región de Murcia. Los resultados están en el cuadro 10.

**CUADRO 10**  
**CON QUE FRECUENCIA VIAJAN LOS TURISTAS**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA A LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>La frecuencia de viaje</b>	<b>Porcentaje</b>
estuve 1 vez y pienso volver	4,37
estuve 1 vez, no pienso volver	2,41
estuve varias veces, pienso volver	1,96
voy ahí con frecuencia	0,60
no estuve , pero está en mis planes	32,58
no estuve, y no está en mis planes	23,68
no sé ni siquiera donde está ni que se puede hacer ahí	34,39

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

El resultado mas sorprendente es el de 34,39% (el mayor porcentaje) de la muestra que ni siquiera sabe lo que es la Región de Murcia. No la conocen, no la pueden ubicar en el mapa, no saben que lugares pueden visitar y que servicios ofrece. Junto a ellos, un 23,68% de los turistas que nunca estuvieron en la Región de Murcia y no piensan venir. ¿Por que? Si sumamos esas dos categorías, tendremos un 58,07% de turistas que vienen a España y no planean venir a Murcia. Un porcentaje bastante grande que deberíamos intentar atraer enseñándoles las particularidades de la Región de Murcia y despertando el interes por ella.

Una categoría alarmantemente baja es la del 2,41% de viajeros que estuvieron en la Región de Murcia pero no piensan volver. ¿Por qué? ¿Y como podemos hacerles cambiar de opinion?

Pero podemos encontrar algo positivo. El 0,60% de la muestra visitan la Región de Murcia con frecuencia, es un cliente captado. El 4,37% de la muestra estuvieron una vez y piensan volver, el 1,96% estuvieron varias veces y piensan volver. En total tenemos un 6,96% de clientes. No es gran cosa pero es algo, es una base, punto de partida. Como sabemos del epígrafe anterior de este trabajo, el 27,25% de turistas viajan aconsejados por sus amigos y familiares. Son exactamente estos casi 7% que nos podrían ayudar a

traer más gente a la Región de Murcia porque si repiten su viaje es porque quedan satisfechos, por lo tanto pueden recomendárselo a sus amigos y familiares.

Otro resultado interesante es el 32,58% de la muestra que nunca estuvieron en la Región de Murcia pero piensan hacerlo. Como sabemos del capítulo anterior de este trabajo, el 64,54% de los turistas utilizan Internet para planear sus viajes. Con la ayuda de amigos y familiares ya tenemos este porcentaje (32,58%) que está planeando venir.

En total tenemos solamente un 9,35% de la muestra que estuvieron en la Región de Murcia de los cuales el 2,41% son los que no piensan volver. Con el porcentaje tan pequeño no podemos hacer un estudio fuerte porque la muestra no es suficiente para un análisis serio. Sin embargo, las respuestas de estos turistas pueden darnos algunas ideas de como y porque viajan a la Región de Murcia. Esto nos ayudará a elaborar el programa de captación del turista ruso.

Primero, vamos a ver donde exactamente estuvieron los turistas rusos de nuestra muestra. La respuesta está en el cuadro 11.

**CUADRO 11**  
**POPULARIDAD DE DESTINOS DE LA REGIÓN DE MURCIA**  
**PARA LOS TURISTAS RUSOS DE LA MUESTRA ANALIZADA**

<b>Destinos de la Región de Murcia</b>	<b>Porcentaje</b>
Murcia	35,59
Cartagena	26,27
La Manga del Mar Menor	12,71
San Pedro del Pinatar / San Javier	12,71
Los Alcázares / Los Narejos	4,24
Caravaca de la Cruz	1,69
Cieza	1,69
otro	5,08

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

En el cuadro 11 vemos que los líderes son Murcia y Cartagena con 35,59% y 26,27% respectivamente. No es nada raro, puesto que Murcia es la capital de la Región y Cartagena es la segunda ciudad por su importancia.

La Manga del Mar Menor empata con San Pedro del Pinatar y San Javier, la zona costera del Mar Menor con el resultado de 12,71%. Otra zona costera, Los Alcázares y Los Narejos, son menos famosos y consiguen solo un 4,24%.

Cieza empata con Caravaca de la Cruz con un 1,69%. Son ciudades pequeñas y menos famosas que Murcia y Cartagena.

La categoría "otro", que obtuvo un 5,08%, incluye a Lorca, Aguilas, Archena y Baños de Fortuna. También aquí están los viajes de escala o tránsito.

También se les preguntó a los viajeros rusos el motivo de su estancia en la Región de Murcia. Los resultados están en el cuadro 12.

**CUADRO 12**  
**EL MOTIVO DE LA VISITA DEL TURISTA RUSO**  
**DE LA MUESTRA ANALIZADA EN LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>El motivo de la visita de la Región de Murcia</b>	<b>Porcentaje</b>
sol y playa	26,47
cultural	42,16
shopping	12,75
negocios	5,88
estudios	0,98
ver a la familia	4,90
otro	6,86

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de nuestra investigación (2013)

Así como fue en los resultados sobre los viajes a España, seguimos teniendo la misma imagen con los viajes a la Región de Murcia. La mayoría de ellos se hacen con el fin cultural - 42,16%. Sol y playa tiene un 26,47% de atención turística. Un 12,75% de los viajes se realizan para hacer compras, un 5,88% para hacer negocios. Un 4,90% vienen para ver a sus familiares que viven en la Región de Murcia y solo un 0,98% de viajes se hace para estudiar.

La categoría abierta de "otro" nos da los viajes que se hacen de escala o tránsito, turismo de salud o por asistir a las corridas. Todos juntos obtuvieron un 6,86%. Las corridas de toros empata con el turismo de salud con el resultado de un 0,98%.

Con todos esos datos podemos ver que la gente rusa de la muestra analizada no conoce la Región de Murcia en general y los que la conocen no saben sus particularidades, vienen aquí como al resto de España con los motivos principales de conocer la cultura (ciudades principales), disfrutar de sol y playa y hacer compras.

### 3.3. Como captar a un turista ruso

Como nos muestra el segundo capítulo de este trabajo la mayoría de los rusos de la muestra analizada no conoce a la Región de Murcia, así que lo primero que tendríamos que hacer es dar a conocer la Región de Murcia a los turistas rusos. ¿Como lo podemos hacer? Hay métodos tradicionales y específicos. Empezamos con los tradicionales. El primer paso sería buscar las vías donde podemos transmitir la información.

#### 1. Internet

Tal y como puso de manifiesto el estudio, el 64,54% de la muestra analizada utilizan la web cuando están planeando sus viajes. Así, esta debería ser la herramienta a utilizar para captar turistas ya que es ahí donde encontramos al cliente la primera vez. Es importante que la información esté en el idioma del turista, esto es en ruso. Aunque tenemos turistas que entienden inglés y hasta español no debemos olvidar que el idioma de tu negocio es el idioma de tu cliente. Además, hay gente que prefiere sitios ya aprobados por otros o que tienen suficiente información para preparar el viaje y saber actuar en el caso de la fuerza mayor. Rusia es grande (147 mil millones de habitantes) y no todos hablan idiomas. Si queremos captar más turistas tenemos que proceder de la manera que el cliente esté conforme, contento e informado. Vamos a ver como podemos utilizar Internet para nuestros objetivos.

#### 1.1. La página web

Primero, debemos crear una página web donde habrá todo tipo de información sobre la empresa, la ciudad, la zona, la Región etc. Cada página web debe tener su parte permanente (la información en general, contactos etc) y la información actual (tiempo, precios, rebajas, ofertas, eventos etc) dependiendo de qué página es.

#### 1.2. Las redes sociales

La herramienta de hoy es la red social y aquí hay que tener en cuenta que las redes sociales populares en España no son las mismas que en Rusia. Aparte de las redes sociales internacionales (facebook, twitter etc) en Rusia hay redes sociales que se utilizan a nivel nacional.

La primera de ellas es *odnoklassniki.ru* que fue creada el 4 de marzo de 2006 para reunir a los "compañeros de clase" (es el nombre de la red). El 1 de enero de 2013 la red social *odnoklassniki.ru* tenía registrados 205 millones de usuarios y contaba con 40 millones de visitantes a diario. La interface de esta red está totalmente en ruso, solo el usuario que habla ruso puede utilizarla. La red es cerrada, el que no tiene su propia

cuenta ahí no puede ver los perfiles de los demás. Además hay una opción que te permite ver quien visitó tu perfil.

La red crea un perfil donde puedes poner tus datos personales (nombre, apellidos, la fecha de nacimiento, lugar de residencia, las escuelas y universidades donde estudiaste, las empresas donde trabajaste etc). Puedes subir música, fotos y vídeos, también escribir notas, guardar los enlaces interesantes, marcar a otros usuarios como familiares, compañeros de clase, amigos o colegas. El modo de funcionamiento es igual al facebook. Al que le gusta lo que pones puede pinchar el análogo de "me gusta" o compartir la información. Cuando lo haces todos tus amigos lo verán. La red te permite crear grupos de intereses con el nivel distinto de acceso, pueden estar abiertos o cerrados, puede escribir sólo el administrador o todos etc. Ciertos grupos tienen más de 1 millón de usuarios.

La primera red social por su popularidad en Bielorrusia y la segunda (después de [odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru)) en Rusia y Ucrania es [vkontakte.ru](http://vkontakte.ru) que en el 2012 pasó a ser [vk.com](http://vk.com). La red que se llama "en contacto" se ha creado el 10 de octubre del 2006. En febrero del 2013 la visitaban más de 43 millones de usuarios a diario. Su manera de funcionar es similar a [odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru). Se ha hecho con el fin de establecer contactos entre personas del habla ruso y en principio permite ver los perfiles de usuarios a todo el mundo. Pero cada usuario puede elegir como quiere que lo vean – todos, solo amigos, solo amigos de sus amigos etc. También hay una opción de que te vean solo los que tiene la cuenta en esta red social pero a la diferencia de [odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru) tú no puedes ver quien visitó tu página. Tiene otro interface pero las opciones son las mismas: subir fotos, vídeos, música, escribir notas etc. La diferencia importante entre esta red y facebook/[odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru) es cuando pinchas "me gusta" solo sale en la página de uno que te gustó su foto (publicación, vídeo etc), no lo ven tus amigos. Si quieres que vean tus amigos debes compartir el contenido. También hay grupos de intereses tanto abiertos como cerrados, depende de administradores.

[Odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru) y [vk.com](http://vk.com) son las redes sociales más populares en Rusia, más que facebook, twitter etc. En el año 2012 [vk.com](http://vk.com) empezó a crear la versión inglesa de la red y a día de hoy esta red sigue siendo la red social rusa en su mayoría.

Las redes internacionales como facebook, twitter etc también son muy buenas para el uso. *Facebook* fue creado en el 2004, en julio de 2013 tenía ya más de 1200 millones de usuarios de todos los países, incluso de Rusia, aunque no gana a [odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru) ni a [vk.com](http://vk.com). Hay gente que tiene la cuenta en cada red social y hay otra que solo utiliza una red y no cree necesario crear más cuentas en otras. Por eso hay que aprovechar de cada posibilidad para entrar en el contacto con el cliente potencial.



### 1.3. Los Foros

Otra herramienta que podemos utilizar para promocionar la Región de Murcia es un foro turístico. Hay muchos foros donde los turistas intercambian opiniones, piden consejos, cuentan historias de sus viajes etc. Uno de los mas famosos es *otzyv.ru*. Según las estadísticas del foro cada 2 minutos más o menos aparece un nuevo comentario (30 personas por hora que dejaron al menos 1 comentario). Otros foros de turismo que nos pueden ser útiles son *tury.ru*, *tourprom.ru*, *forum.turizm.ru* etc.

### 1.4. Blogosfera

Los blogs también son muy populares en Rusia. Entre todos podemos distinguir dos, uno a nivel nacional y uno a nivel internacional. Los blogs permiten usar la web como un diario o mas bien como tu propio foro donde tú eres administrador y moderador, donde tú eliges el tema de discusión. Por supuesto, para que la gente te siga y haga repost hay que escribir bien, aquí ya no basta poner una foto, se requieren más palabras. Es importante que cada plataforma que utiliza la empresa esté relacionada con todas las páginas que tiene, así en la web deben figurar todas las cuentas de redes sociales que tienen y todos los blogs. Lo mismo con las redes sociales y blogs para que el usuario pueda relacionar una página con otra y poder seguir la información donde más le guste.

El blog a nivel nacional es *diary.ru* que funciona a modo de diarios (como indica su webdirección) y donde la gente puede crear un diario personal y un grupo cualquiera. La plataforma fue creada en 2002 para el uso común de varias personas pero muy pronto se hizo popular y creció. En el 2013 llegó a tener mas de 509 miles de diarios y mas de 29 miles de grupos de intereses.

La plataforma de blogs a nivel internacional más popular en Rusia es *livejournal.com* que fue creado en el marzo del 1999 en los Estados Unidos para el uso común de varias personas. Y como fue el caso de *diary.ru* luego se hizo famoso y en el 2012 ya tenía mas de 40 millones de usuarios, los rusos ocupan el segundo puesto (después de los ciudadanos de los EEUU) en el uso de esa plataforma. Aquí se puede crear un blog a modo de diario y también existen grupos de intereses (comunidades) de todo tipo.

### 1.5. Prensa online

Con la globalización varios editoriales dejaron de publicar la prensa en el papel y ahora lo hacen en Internet, es más, se abrieron web-revistas nuevas. Es una buena oportunidad de promocionar la Región de Murcia entre los rusos. Puede ser la prensa online turística, puede ser la prensa de otro tipo que tiene el apartado de turismo. Como

la Región de Murcia tiene Baños de Fortuna y Salinas de San Pedro del Pinatar con efectos terapéuticos, nos interesa también la prensa de salud donde podemos poner la información sobre las particularidades de la región publicando artículos sobre la zona y sus particularidades. También podemos hacer entrevistas con la gente importante del sector o especialistas médicos.

## 2. Turoperadores y asociaciones profesionales

Todavía hay gente que viaja con agencias de viajes. Es mas, para desarrollar un destino se necesita la ayuda de las empresas turoperadores no solo para vender un producto sino también para respaldarlo. Un cliente cuando ve un producto nuevo quiere tener garantías antes de invertir dinero en él y en este caso un turoperador conocido es una buena garantía. Las principales empresas turoperadores que venden España son VAM Tour, Natalie Tours, Vremia Tour, La Costa, Coral Travel, Rusiber, DSBW etc.

## 3. Eventos (ferias y congresos)

Como fue mencionado en la parte 2 de este trabajo el mayor evento del mundo turístico en Rusia es la feria MITT que se realiza cada año al final de marzo. España tiene su propio stand en el pabellón donde pueden estar representadas todas sus provincias y es una buena oportunidad de enseñar la Región de Murcia a los rusos, también hacer buenos contactos en mundo turístico. La participación en los foros, congresos, mesas rondas etc nos permite también transmitir la información a la gente rusa.

## 4. Prensa (revistas, TV, radio)

Como los rusos no utilizan mucho la prensa para planear sus viajes sería insensato lanzar una gran campaña publicitaria. Pero como la gente rusa lee los periódicos, mira TV y escucha radio, estos medios nos sirven de ayuda para respaldar lo que la gente puede leer en internet. La principal diferencia es la responsabilidad por la información. Internet es un espacio anónimo en la mayoría de los casos, cualquiera puede escribir todo tipo de cosas, las mentiras nacen muy facilmente, sin embargo la prensa real (no virtual) siempre tiene un autor que responde por sus palabras.

Ahora, cuando sabemos donde promocionar la zona, el segundo paso es el contenido. ¿Que es lo que tenemos que enseñar para atraer a la gente? La información sobre la Región de Murcia debe ir en ruso, ser clara, precisa y correcta. Fotos y vídeos deben ser de buena calidad. Ideal si una empresa hace sus propias materiales y vigila que sean actuales. Si, por ejemplo, un hotel ha cambiado muebles debe hacer una nueva sesión de fotos para su web.

Cuando se trata de un artículo publicitario debe leerse fácilmente, en los blogs y redes sociales, por ejemplo, hay que transmitir la información de la manera positiva y alegre, porque la gente no solo busca que le informes sino también que le diviertas. Ideal si el texto viene con fotos. Al escribir un artículo para la web es mejor utilizar SEO (Search Engine Optimization) cuando el texto incluye las palabras claves que permiten ocupar el puesto favorable en la lista de resultados de buscadores. Aparte de google.ru en Rusia utilizan mucho los buscadores nacionales *yandex.ru*, *mail.ru*, *rambler.ru* entre otros.

Hay que estar en contacto con el cliente, gestionar la opinión pública, estar atento a los comentarios que hace la gente y contestarlos intentando dar la información correcta, precisar detalles, responder a las preguntas. Hay que saber contestar quejas de la manera favorable para crear una buena imagen.

Ahora, cuando llegamos a interesar al cliente para que venga, pasamos a las actividades en la Región de Murcia. El paso tercero sería satisfacer las esperanzas del turista, o sea cumplir todo lo que le prometimos antes. La infraestructura debe estar preparada para la llegada de un cliente ruso. Es preferible que el personal hable ruso o al menos inglés, que las empresas turísticas (hoteles, restaurantes, museos, oceanarios etc) tengan la información (guías, folletos etc) en ruso.

Un detalle importante es la mentalidad de un turista ruso. En Rusia no hay siesta, las empresas si sierran es por una hora para el almuerzo, la mayoría de las empresas está abierta de 9-10 horas hasta 21-22 horas. Hay empresas que están abiertos 24 horas, también el fin de semana y días festivos. Cuando el turista ruso viene y descubre todo cerrado por la siesta o por ser domingo, esto le sorprende negativamente porque está acostumbrado a recibir servicios a todas horas. Sería bueno adaptar los horarios a las necesidades y costumbres de los turistas.

Un punto débil de la infraestructura de la Región de Murcia es el transporte público. El aeropuerto de San Javier no tiene vuelos directos a Rusia, solamente el Altet de Alicante. La apertura del aeropuerto de Corvera podría mejorar la situación en este sentido. No hay buena conexión de autobuses para poder desplazarse por la zona con el fin de conocerla a fondo. Si un turista no tiene un coche alquilado o no está dentro de un grupo turístico que viaja con el autobús propio tiene problemas con llegar a otros pueblos para ver otros sitios.

Para la mejor satisfacción del cliente las empresas participantes (hoteles, restaurantes, museos etc) tienen que estar en contacto entre ellos entendiendo que cada uno hace su parte de un gran trabajo. Deben actuar en común y no por separado. Por ejemplo, si hay un buen museo a las afueras de la ciudad, debe haber un transporte que

le permite al turista de llegar a este museo, también puede haber un restaurante o café cerca del museo para que el turista pueda tomar algo antes o después de su visita. El cliente vuelve a su país y se lo cuenta a sus familiares y amigos de cara a cara y a todo el mundo en sus blogs y redes sociales. Y es muy importante que cuente bien.

Los métodos específicos o indirectos son poco comunes pero pueden completar bien los métodos tradicionales. Se trata de promocionar la zona de la manera indirecta en las áreas que no tienen mucho que ver con el turismo o España. Para esto se requiere cierta maestría, imaginación, creatividad y talentos en otras áreas profesionales. Por ejemplo, hacer los vídeos con las canciones populares rusas grabándolos en la Región de Murcia. Cuando la gente busca la canción en youtube le saldrá un vídeo con la descripción donde fue grabado. Se puede escribir novelas, relatos, poemas etc. situando a los personajes en la Región de Murcia. Así se despierta la curiosidad de uno que luego va a investigar más sobre el lugar donde se grabó un vídeo del grupo favorito o se desarrolló la historia del libro que le gustó. Es decir que de esa manera le informamos a un turista potencial sobre la Región de Murcia. Los fans rusos suelen tener ganas de visitar los lugares que vieron o sobre cuales leyeron.

## CONCLUSIONES

Rusia es un gran país con 143 millones de habitantes que hasta el año 1991 estaba cerrado por tener el régimen soviético. Pero a partir de este año, cuando el país llegó a la democracia, las fronteras se abren y los rusos empiezan a viajar. España es uno de los destinos favoritos de los rusos, cada año llegan más turistas a este país. ATOR predice que en el año 2013 España puede llegar a ser uno de los 3 destinos líderes para los rusos con que Rusia puede convertirse en un mercado muy interesante para España.

Nuestra investigación demostró que los rusos tienen un gran interés por España. Un 72.65% de la muestra vinieron a este país y repitieron el viaje. Las provincias más visitadas son Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana. Normalmente los rusos llegan con el motivo cultural, para disfrutar de sol y playa y hacer compras.

La Región de Murcia ocupa el puesto 10 entre las 17 provincias españolas por su popularidad entre los rusos con un resultado del 2.74%. Como muestra nuestro estudio el problema principal es que los turistas rusos no conocen esta zona, no saben donde está ni lo que ofrece (34,39%). Otra gran parte de turistas (23,69%) no estuvo en la Región de Murcia y no planea visitarla.

Nuestro estudio también muestra que la base informática para planear un viaje para un turista ruso es Internet (64,54%), es ahí donde buscan a donde ir, como, cuando etc. Un 27,25% de nuestra muestra pide consejos a sus amigos y familiares. Pero si esos amigos y familiares nunca estuvieron en la Región de Murcia lógicamente no se lo pueden aconsejar.

Por eso el primer paso en la captación del turista ruso sería informarle de lo que es la Región de Murcia, que le puede ofrecer a un turista en que se distingue de otras provincias.

Dado que los rusos utilizan mucho Internet, esta herramienta sería la principal para divulgar la información mediante redes sociales, foros turísticos, blogosfera, prensa online y creando páginas web sobre el producto turístico en la Región de Murcia.

Por otro lado, la gente sigue confiando en los turoperadores, leyendo periódicos y viendo TV. Por eso también deberíamos utilizarlos para informar a los potenciales turistas. Otra herramienta no virtual son los eventos de turismo (ferias y congresos).

Mientras le informamos al turista debemos prepararnos para su llegada. Se necesita desarrollar cierta infraestructura (transporte, hoteles, museos, restaurantes etc)

ya que en la actualidad cuenta con grandes puntos débiles como la organización del transporte público, el personal que no habla ruso y a veces ni siquiera habla inglés. Incluso la información impresa (folletos, guías etc) deberían estar en ruso. Debemos satisfacer al cliente para que luego vuelva a su país y cuente a todos (de cara a cara o en las mismas redes sociales, foros y blogs) su viaje.

Cabe mencionar que en marzo del 2013 en el Centro de Cualificación Turística (CCT) en Murcia pasó una sesión de trabajo “Creación y comercialización de productos turísticos de la Región de Murcia” donde se discutió la situación turística en la Región de Murcia. Durante la sesión el consultor Josep Cerveró comentó que “el mercado nacional es muy difícil que se recupere en años, por lo que habría que potenciar la comercialización en países emisores como Gran Bretaña, Francia, Alemania y, sobre todo, Rusia. Si la Región quiere crecer en cuota de mercado, hay que apostar por una política dirigida al exterior”.

## ANEXO: CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1. Indique la edad que tiene:

18-25

26-35

36-45

46-55

55+

### 2. De que ciudad es:

(si la ciudad es pequeña indica el centro administrativo)

Moscu

San Petersburgo

Novosibirsk

N.Novgorod

Ekaterinburg

Krasnodar

Rostov-na-Donu

Perm

Krasnoyarsk

Otro:

### 3. Indique la frecuencia con la que viaja fuera del país:

1-2 veces al año

3-4 veces al año

mas de 4 veces al año

no cada año

### 4. Cuantas veces estuvo en España:

1 vez

2 veces

3 veces

con frecuencia

**5. El motivo de sus viajes a España fue:**

(se puede elegir varias opciones)

sol y playa

cultural (excursiones etc)

shopping

negocios

estudios

ver familiares

Otro:

**6. Como viajó a España:**

(se puede elegir varias opciones)

solo

con amigos

con familia

con colegas

con un grupo de estudiantes

con un grupo de interés (futbol, festival etc)

Otro:

**7. Donde estuvo exactamente:**

(se puede elegir varias opciones)

Cataluña

Madrid

Cantabria

Comunidad Valenciana

Andalucía

Región de Murcia

Galicia

Aragón

Navarra

Asturias

La Rioja

País Vasco

Castilla y León

Castilla La Mancha

Extremadura

Islas Baleares

Islas Canarias



**8. Con que frecuencia viajó a Murcia:**

(se trata de la Región)

estuve 1 vez y pienso volver

estuve 1 vez, no pienso volver

estuve varias veces y pienso volver

voy allí con frecuencia

no estuve, pero está en mis planes

no estuve, y no está en mis planes

no sé ni siquiera donde está ni qué se puede hacer ahí

**9. ¿Donde estuvo en Murcia exactamente?**

(se puede elegir varias opciones)

Murcia

Cartagena

La Manga del Mar Menor

San Pedro del Pinatar / San Javier

Los Alcázares / Los Narejos

Caravaca de la Cruz

Cieza

no estuve en Murcia

Otro:

**10. El motivo de viaje a la Región de Murcia fue:**

(se puede elegir varias opciones)

sol y playa

cultural (excursiones etc)

shopping

negocios

estudios

ver familiares

Otro:

**11. Cual importante para Usted que la información dentro del país esté en ruso:**

(hoteles, museos, servicios, excursiones etc.)

sí, sin duda

me gustaría que estuviera en ruso

no, hablo español

no me importa, con inglés (otro idioma) me salvo

no me importa, en cualquier país sé explicar todo con gestos  
no me importa, siempre viaja conmigo alguien que resuelve el problema  
no me importa porque viajo en grupo con guía  
Otro:

**12. Donde busca la información cuando planea su viaje a España:**

(se puede elegir varias opciones)

Internet

agencia de viajes

amigos, familiares

publicidad en prensa y TV

Otro:

## BIBLIOGRAFÍA

### Fuentes rusas:

Барсенков А.С., Вдовин А.И. История России. 1917-2004. – М.: Аспект Пресс, 2005.

Беловежское соглашение, 8 декабря 1991.

Биржаков М.Б. Введение в туризм, Москва-СПб, 2001.

Большая советская энциклопедия. — 3-е изд. — М.: Советская энциклопедия, 1977.  
— Т. 24, II. — С. 89, 90, 500.

Головина С.Ю. Кодификация трудового законодательства в «Кодификация  
российского частного права» (под ред. Д. А. Медведева). «Статут», 2008.

Гринфилд Ю.А. Характеристика Российской Федерации, 2011.

Декларация об осуждении осуществлявшегося в Латвии тоталитарного  
коммунистического оккупационного режима Союза Советских Социалистических  
Республик. 12.05.2005.

Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации, 2003.

Ильина Е.И. Основы туристской деятельности, Москва, 2000.

История России, XX — начало XXI века : Учеб. для 9 кл. общеобразоват.  
учреждений / А. А. Данилов, Л. Г. Косулина, А. В. Пыжиков. — 10-е изд. — М. :  
Просвещение, 2003.

История России XX век: 1939—2007 / под ред. А. Б. Зубова. — М.: Астрель И90 АСТ,  
2009.

Карпова Г.А., Быков А.Т., Воронцова М.Г., Натаров М.В., Никифоров В.И., Яковенко  
Г.В., Воловода А.В., Рохмалева О.В. «Сфера туризма: этапы развития, экономика и  
управление». М: Пресс-сервис, 1998

Козлова Е. И., Кутафин О. Е. Конституционное право России: Учебник. — М.:  
Проспект, 2006.

Конституция РФ, 1993.

Образование в России – 2010. Статистический бюллетень.

Под ред. Чудновского А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. 1999г.

Послание Президента России Путина В. В. Федеральному Собранию Российской Федерации, 25.04.2005

Президент Украины призвал Россию осудить преступления сталинизма, NEWSru. 22 ноября 2008.

Религия в нашей жизни ВЦИОМ 11.10.2007 Пресс-выпуск № 789.

Российская газета. Вот какие мы — россияне. Об итогах Всероссийской переписи населения 2010 года.

Справка по России на официальном сайте ЦРУ (CIA). 16 октября 2012 года.

Статистический бюллетень. — М.: Госкомстат РФ, 2003. — № 4.

Статистический бюллетень. Росстат, 2012.

Туризм в России, 2010.

Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр). Земельный фонд Российской Федерации на 1 января 2011 года.

Федеральная Таможенная служба. Экспорт-импорт России важнейших товаров за январь-декабрь 2012 года. 08.02.2013.

Федеральный закон Российской Федерации от 8 мая 2010 г. N 83-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений".

Центральный Банк России, 2013.

Шаповал Г.Ф. "История туризма" Минск, 1999.

## Otras fuentes

INE (2010): Encuesta Turística Frontur (2010)

INE (2011): Encuesta Turística Frontur (2011)

INE (2012): Encuesta Turística Frontur (2012)

Martinez J.A. y Martínez L. (2008). Determinación de la máxima varianza para el cálculo del factor de imprecisión sobre la escala de medida, y extensión a diferentes tipos de muestreo. *Psicothema* 20 (2), 305-310.

Perals F. *Claves para vender Murcia como destino*. La Verdad, 06.03.2013

Teeter, Mark H. Teeter *Forget the Queen's English*, The Moscow Times, 20.03.2007

## Páginas web consultadas:

<http://www.coral.ru>

<http://www.diary.ru>

<http://www.dsbw.ru>

<http://www.facebook.com>

<http://www.forum.turizm.ru>

<http://www.lacosta.ru>

<http://www.livejournal.com>

[http://www.mitt.ru/ru-RU/visitors/twenty\\_year.aspx](http://www.mitt.ru/ru-RU/visitors/twenty_year.aspx)

<http://www.natalie-tours.ru/>

<http://www.odnoklassniki.ru>

<http://www.otzyv.ru>

<http://www.rusiber.ru>

<http://www.russiatourism.ru>

<http://www.tourprom.ru/news/20199/>

<http://www.tury.ru>

<http://www.vam-tour.ru>

<http://www.vk.com>