

Oportunidades del Turismo Ruso en la Región de Murcia

Marina Mirolyubova, Eva Tomaseti Solano
Facultad de Ciencias de la Empresa
C/Real, 3, 30201 Cartagena (Murcia)
e-mail: mari_mir@mail.ru

Resumen. *El objetivo de este artículo 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 España. Sin embargo, se comprueba que existe un gran desconocimiento del turista ruso sobre la Región de Murcia, lo que hace necesario reflexionar sobre las posibles acciones promocionales que deben llevarse a cabo para cambiar esta tendencia e incrementar así el interés de este mercado por la Región de Murcia.*

1. Principales Características de Rusia

A continuación pasamos a exponer los aspectos del país que en mayor medida pueden determinar y justificar el gran interés que el mercado ruso como turismo potencial: su elevada población, su clima frío y su situación económica.

Rusia es el país más extenso del mundo, ocupa el noveno puesto mundial por población con 143 millones de habitantes. 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% [1]. Así, la mayor parte de los rusos vive entre cuatro y cinco horas de vuelo de España. En la parte europea de Rusia se encuentran las dos ciudades más importantes del país, Moscú (la capital) y San Peterburgo, que tienen vuelos diarios directos a distintas ciudades de España.

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 treinta y cuarenta 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. Las temperaturas varían entre treinta y cinco grados positivos y bajo cero. En algunas regiones de Siberia bajan hasta cincuenta y sesenta grados en el invierno [2]. Por lo anterior, y en la medida de sus posibilidades, los rusos se desplazan en un intento de tener más días cálidos al sur, a países con clima más agradable, donde el verano es más largo y la primavera y el otoño más suaves.

El PIB nominal del 2013, según la paridad del poder adquisitivo (PPA), ha sido de más tres trillones de dólares, y el PIB per cápita fue de 24.632 dólares.

Con ese índice el país entra en la lista de los cincuenta países económicamente más fuertes del mundo. En la economía de Rusia actual predomina el sector de los servicios que supone el 58% del PIB, la industria y la agricultura juntos el 42%. En 2013 el salario medio en Rusia fue de 29900 rublos (930 euros) [3]. Así, teniendo como referencia que una semana en la costa española le puede costar a un turista ruso alrededor de ochocientos euros, podemos entender que su capacidad económica puede permitirle viajar a nuestro país [4].

2. Turismo Ruso. España como un Destino Interesante

Hasta el año 1991 Rusia era un país cerrado como consecuencia del régimen soviético. En 1991 Rusia llega a la democracia y se convierte en una república con sistema presidencial. Las fronteras se abren y los rusos empiezan a viajar fuera del país. El informe de RATA (Asociación Rusa de las Agencias Turísticas) muestra que en 2010 llegaron 411.400 de turistas rusos a España, en 2011, 645.300 y en 2012, 792.100, mostrando un crecimiento del 23% respecto del año anterior. En 2013 el número de turistas sobrepasó un millón (1.012.100 de rusos visitaron España), mostrando un crecimiento del 27,8%, respecto del año anterior [5].

3. Metodología de la Investigación

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 era conocer el perfil del turista ruso que viene a España y su conocimiento de la Región de Murcia. Para ello elaboramos una encuesta compuesta por doce preguntas que se difundió por Internet en los foros turísticos y en las redes sociales dedicados al turismo en Rusia. Las principales condiciones para participar en el estudio eran ser mayor de 18 años, residir en

Rusia y haber estado al menos una vez en España. La muestra final fue de 663 personas.

3.1. Perfil del Turista Ruso que Visita España

Con relación a la frecuencia de edades de la muestra analizada, el 13% estaba compuesto por personas de entre 18 y 25 años, el 23% entre 36 y 45 años y el 56% estaba compuesta por turistas de entre 26 y 35 años. La gente rusa viaja bastante fuera del país, el 13% viajan más de cuatro veces al año y el 30% viaja entre tres y cuatro veces al año. Alrededor del 28% de la muestra viajan a España más de tres veces, el 36% restante entre dos y tres veces.

La mayoría de viajes se realizan con la familia (44,44%). A continuación, destacan los viajes con amigos (28,10%) a los que siguen los viajes con compañeros de trabajo (3,92%), grupos de estudiantes (1,31%) y otros grupos de intereses (festivales, copas de fútbol etc.) (2,94%). En último lugar encontramos los turistas que viajan solos (19,28%).

Como la confirmación de la importancia de Internet para la búsqueda de información relativa al turismo encontramos 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 y que solamente el 5,88% consulta en agencias de viajes. La importancia de la prensa y la televisión como fuente de información es aún menor, ya que sólo el 1,33% de la muestra las utilizaron para tal fin.

Con respecto a la importancia otorgada por los rusos a que la información sobre los productos/servicios turísticos españoles esté disponible en su idioma el 20,21% de la muestra manifestaron que no es necesario dado que saben español al igual que el 49,02% que manifestaron saber inglés u otro idioma (que no sea español). Sólo el 26,24% de la muestra aprecia este hecho. Así, el 3,17% respondieron que no era importante porque viajan acompañados o se explican con el lenguaje de gestos.

Con relación al motivo de la visita, la mayor parte de los viajes se realizan con fin cultural (43,33%), le sigue el motivo de sol y playa (34,49%) y el de hacer compras (9,89%) y hacer negocios o estudiar (4%). Una parte residual viaja por otros motivos como los viajes por eventos importantes ya sean deportivos, festivales de teatros, de música o de danza (0,56%).

Para analizar el turismo ruso a nivel provincial, cada individuo de la muestra indicó las provincias donde había estado al menos una vez.

Tabla 1. Porcentaje de la muestra que ha visitado cada provincia española al menos una vez. Fuente: Elaboración propia

Provincia	%
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

Como podemos ver en la Tabla 1, el liderazgo pertenece a Cataluña con un 29%, seguido de Madrid con un 16,29%, y Andalucía y Valencia que compiten por el puesto tercero con un 10,81% y un 10,53%, respectivamente. Estos resultados pueden responder al hecho de que los primeros vuelos provenientes de Rusia tenían como destino Barcelona y Madrid. Después se introdujeron los vuelos Moscú-Málaga, Moscú-Alicante y Moscú-Valencia. Así mismo, algunos destinos pasaron de estar operativos sólo durante la temporada alta a convertirse en vuelos regulares (Alicante, Málaga). Tras Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana van las Islas Canarias (7,11%) y las Islas Baleares (4,37%). El resto de provincias no tienen un porcentaje muy alto aunque todas ellas fueron visitadas al menos una vez, lo que demuestra el interés por España, en general, y no sólo sus ciudades más relevantes. La Región de Murcia ocupa el décimo puesto con un 2,74%.

3.2. La Región de Murcia como Destino de Futuro para Rusia

Pasamos ahora a analizar algunos aspectos más concretos del turismo ruso a la Región de Murcia. La Tabla 2 nos muestra con qué frecuencia viaja nuestra muestra a la Región de Murcia. El resultado más sorprendente es que el 34,39% de la muestra que ni siquiera conoce la Región de Murcia, no la puede ubicar en el mapa, no sabe qué lugares puede visitar y qué servicios ofrece. A esto hay que sumar otro 23,68% de los turistas que nunca estuvieron en la

Región de Murcia y no tienen intención de visitarla. En resumen, el 58,07% de la muestra no son turistas potenciales de la Región de Murcia. Como dato positivo, encontramos que un 32,58% de la muestra que nunca estuvo en la Región de Murcia pretende hacerlo en el futuro y que otro 6,33% piensa volver.

Tabla 2. Frecuencia de Viajes a la Región de Murcia. Fuente: Elaboración propia

La frecuencia de viaje	%
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 donde está ni que se puede hacer ahí	34,39

Los líderes de visitas son Murcia y Cartagena. De los individuos que manifestaron haber visitado la Región del Murcia, el 35,59% visitó Murcia y el 26,27% Cartagena. La zona costera fue visitado por alrededor del 30%, en concreto, La Manga del Mar Menor (12,71%), San Pedro del Pinatar y San Javier (12,71%) y Los Alcázares y Los Narejos (4,24%). Otras ciudades más pequeñas como Cieza y Caravaca obtuvieron pocas visitas (1,69%). El restante 5,08% se divide entre Lorca (0,85%), Aguilas (0,85%), Archena (0,85%), Baños de Fortuna (0,85%) y los viajes de escala o tránsito (1,68%).

Con relación al motivo de la visita, y al igual que ocurre a nivel general, la mayoría de los viajes se hacen con un fin cultural (42,16%) y sol y playa (26,47%). El tercer puesto lo ocupan los viajes para hacer compras (12,75%), les siguen los viajes de escala o tránsito, turismo de salud o de evento (6,86%), los viajes de negocios (5,88%) y las visitas a sus familiares (4,90%). Por último figuran los viajes de estudios (0,98%).

4. Conclusiones

Nuestra investigación pone de manifiesto el gran interés del turista ruso por España. Así, el 72,65% de la muestra ha estado alguna vez y tiene la intención de repetir su visita. Con relación a las provincias, las más visitadas son Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana, siendo el motivo de la visita,

principalmente, cultural, para disfrutar de sol y playa y para hacer compras.

La Región de Murcia ocupa el décimo puesto entre las provincias españolas por su popularidad con un resultado, siendo visitada, solamente, por el 2.74% de la muestra que manifestó haber viajado a España. Como muestra nuestro estudio, el problema principal es que los turistas rusos no conocen esta Región.

Cabe mencionar que en marzo del 2013 en el Centro de Cualificación Turística (CCT) en Murcia tuvo lugar 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” [6]. Pero dado el elevado desconocimiento de la Región de Murcia entre los rusos, habría que elaborar un plan de captación del este mercado. En este sentido, y dada la importancia de Internet para turista ruso revelada en nuestro estudio, esta herramienta sería la más importante a utilizar para divulgar la información. Además, y a pesar del elevado porcentaje de la muestra que dijo saber español u otro idioma, sería interesante incluir este idioma en la información turística en España como un signo de interés y respeto por el turista ruso.

Referencias

- [1] Статистический бюллетень. Росстат, 2008.
- [2] Россия Великая, 2013.
- [3] Статистический бюллетень. – М.: Госкомстат РФ, 2014.
- [4] Natalie-tours – туроператор по Испании: <http://www.natalie-tours.ru>
- [5] RATA-news – новости турбизнеса от РСТ: <http://www.ratanews.ru>.
- [6] Peral F. “Claves para vender Murcia como destino”. La Verdad, 06.03.2013