

Andalucía

# Turismo ruso en Andalucía

## Año 2015



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



## TURISMO RUSO EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

### EDITA

Consejería de Turismo y Deporte

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

### ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

—

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

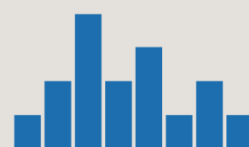
### MERCADOS TURÍSTICOS: RUSIA

Informe realizado para su incorporación en el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Fecha de realización: junio 2016.

- Cómo ha evolucionado el mercado ruso
- Principales claves del turismo ruso
- Tabla de datos

### MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA: RUSIA

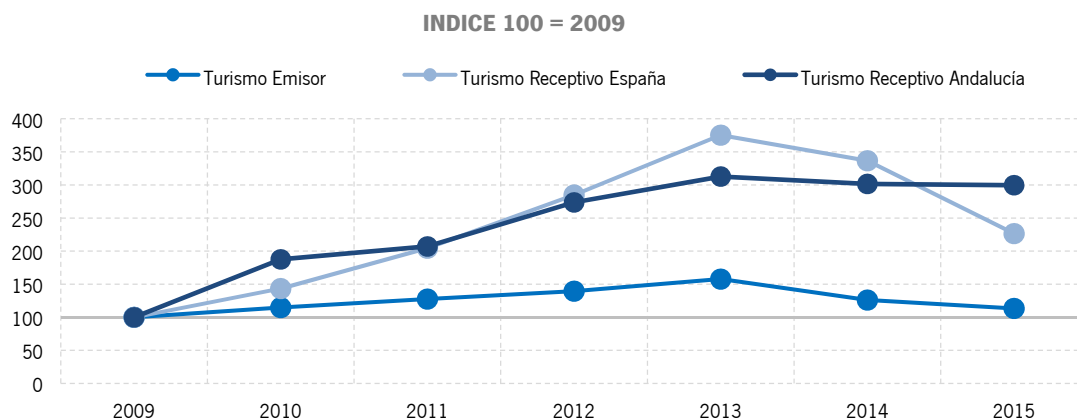
- Resultados año 2015



## **Mercados turísticos: Rusia**

## MERCADOS TURÍSTICOS | RUSIA

### ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO EL TURISMO RUSO?



Fuentes: Canadean Travel and Tourism para la serie de Turismo Emisor  
Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Turespaña e INE) para las series Turismo Receptivo España y Andalucía

### PRINCIPALES CLAVES DEL TURISMO RUSO

#### 1. Mercado emergente inestable.

La economía rusa, que se encuentra en medio de una profunda recesión desde finales de 2014, como consecuencia de las crisis políticas, que conllevaron sanciones económicas y un mayor aislamiento de Rusia en el escenario internacional, las altas tasas de inflación, la depreciación del petróleo y la consecuente devaluación del rublo con respecto al euro y al dólar, ha supuesto que deje de ser una de los grandes mercados emergentes de turismo, registrando caídas de dos dígitos en sus salidas al extranjero.

#### 2. Barrera para viajar: Visados.

La exigencia del visado Schengen, juega a favor de destinos que no requieren este requisito, sobre todo para viajes que se deciden a última hora, ya que supedita la salida de ciudadanos rusos a la recogida de la documentación necesaria, a los plazos de emisión y a los costes derivados de los propios visados.

Además, desde septiembre del 2015, el visado debe contener los datos biométricos, con lo cual se añade la dificultad de tener que tramitarlo en persona y no poder dejarlo en manos de una agencia intermediaria. Esta nueva situación puede inclinar la balanza a favor de destinos percibidos como de fácil acceso y sin complicaciones.

Conscientes de esta problemática, España ha abierto 27 centros de expedición de visados en distintas ciudades rusas para facilitar la realización de este trámite sin necesidad de grandes desplazamientos.

#### 3. Crisis en destinos turísticos tradicionales: Turquía y Egipto.

Dos importantes destinos turísticos internacionales para los rusos, Turquía y Egipto, no pasan por su mejor momento. Concretamente, a raíz del derribo de un caza bombardero ruso en Turquía se desencadena una crisis política y diplomática entre ambos países que supone, entre otras consecuencias, la cancelación de vuelos chárter y la suspensión del régimen de exención de visados desde el 1 de enero de 2016.

Por otra parte, el accidente del vuelo 9268 en octubre de 2015 en Egipto, cuyas circunstancias están aún bajo investigación, aunque desde el gobierno ruso se apunta a un acto terrorista, provocó el cese inmediato del tráfico aéreo entre ambos países hasta que los estándares de seguridad estén garantizados.

De cómo evolucionen ambas situaciones dependerá la desviación de flujo de turistas que puedan beneficiar a España, aunque la extensión de las sanciones económicas a Rusia por parte de la Unión Europea y otras circunstancias como el tipo de cambio o la complejidad en la tramitación de visados pueda perjudicar a los destinos españoles.

#### **4. Relevancia de la organización a través de agencias de viajes.**

Los turistas rusos tienden a reservar sus viajes de manera tradicional, siendo los materiales impresos (folletos y revistas) las principales fuentes de información sobre viajes y se estima que sólo el 25% de la población busca activamente información en línea, a pesar de tener una tasa de penetración de Internet del 70%. No obstante, el número cada vez mayor de agencias de viaje online así como la creciente popularidad de los dispositivos móviles y redes sociales, está impulsando directa e indirectamente las ventas por Internet, el 53% decidieron realizar alguna reserva online en 2015.

En el uso de los datos personales vía online, cabe destacar que a partir del Septiembre de 2015 entró en vigor la normativa en virtud de la cual, todas las compañías que trabajan en Internet y dispongan de datos sobre la identidad de los ciudadanos de Rusia, deberán conservar esa información exclusivamente en territorio de Rusia, lo que limita mantener datos personales de forma constante en países extranjeros.

#### **5. Mercado poco maduro: altas posibilidades de segmentación.**

El mercado turístico emisor ruso es un mercado aún poco maduro y, por tanto, muy poco segmentado.

El ruso que viaja al extranjero se caracteriza por un poder adquisitivo medio-alto, suele gestionar sus vacaciones desde una agencia de viajes donde adquiere el paquete turístico y obtendría su visado hasta la introducción de los datos biométricos. En verano, escoge destinos soleados, en su mayoría mediterráneos de sol y playa o cultural, siempre con posibilidad de realizar compras, mientras que en invierno tienden a escoger destinos de nieve.

Los viajeros rusos valoran la comodidad, traduciendo esto en su preferencia por complejos o grandes ciudades, donde las atracciones, vida nocturna, tiendas y restaurantes son de fácil acceso.

En la diversificación de este mercado cabe destacar el turismo de lujo y compras y el turismo sanitario, enfocado al segmento de población de alto poder adquisitivo.

Fuentes: Canadian Travel and Tourism | Turespaña | Organización Mundial de Turismo.

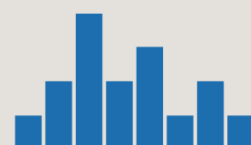
## TABLA DE DATOS: RUSIA

DATOS GENERALES		Año 2015
Evolución de la economía (PIB real - variación anual)		-3,4%
Evolución de los precios (IPC - variación anual)		15,8%
Tasa de desempleo		5,7%
Tipo de cambio (moneda local/euro)		69,56
Renta anual disponible del hogar (euros)		--
Población con acceso a Internet		70,5%
Población con acceso a Internet vía móvil		--
DATOS TURÍSTICOS EN ORIGEN		
MOVIMIENTO TURÍSTICO AL EXTRANJERO		Año 2015
Propensión de la población a viajar (viajes/habitante)		0,3
Número de viajes (millones)		38,9
Evolución viajes - Último año (variación anual)		-10,0%
Evolución viajes - Últimos 5 años (variación anual)		-2,9%
PREVISIONES DEL MOVIMIENTO TURÍSTICO AL EXTRANJERO		Años 2016 - 2020
Evolución viajes - Próximos 5 años (variación anual)		-2,4%
COMPORTAMIENTO TURÍSTICO EN LOS VIAJES AL EXTRANJERO		Año 2015
Importancia de los viajes al extranjero (cuota)		47,8%
Principales destinos visitados (cuota)		
	1. Finlandia (11,5%)	4. Estonia (4,7%)
	2. Turquía (8,2%)	5. Egipto (4,3%)
	3. Ucrania (6,2%)	11. España (2,8%)
Gasto medio por viaje (euros)		444,08
Estancia media (días)		11,0
Meses preferidos para viajar (cuota)	Diciembre (10,1%)	Mayo (9,0%)
Motivos del viaje (cuota)	Personales (96,3%)	Negocios (3,7%)
Uso de paquete turístico (cuota)		45%
Uso de reservas online (cuota)		53%
Dispositivos utilizados en la reserva online (cuota)	Ordenador (92%)	Tablet (2%) Smartphone (5%)
DATOS TURÍSTICOS EN DESTINO		Año 2015
MOVIMIENTO HOTELERO		Andalucía España
Viajeros en hoteles	79.929 (-13,5%)	754.213 (-41,3%)
Pernoctaciones en hoteles	244.464 (-22,1%)	3.848.691 (-50,3%)
Cuota sobre total pernoctaciones	0,5%	1,2%
Estacionalidad (concentración tercer trimestre)	41,3%	54,3%
MOVIMIENTO AEROPORTUARIO		Andalucía España
Pasajeros en aeropuertos	71.507 (15,6%)	846.374 (-32,7%)
Principales compañías aéreas (cuota)		
	Aeroflot (73,8%)	Aeroflot (40,0%)
	Vueling (18,3%)	Vueling (17,0%)
	Transaero Airlines (6,7%)	Siberia Airlines (9,1%)
Principales aeropuertos de salida (cuota)		
	Moscu/Sheremetyevo (73,9%)	Moscu/Sheremetyevo (44,2%)
	Moscu/Domododovo (11,5%)	Moscu/Domododovo (40,4%)
	St. Petersburg/Pulkovo (7,4%)	St. Petersburg/Pulkovo (8,3%)

Fuentes internacionales: Canadean Travel and Tourism, Naciones Unidas, FMI, Banco Mundial, OMT, OCDE, Eurostat, WTTC e

Instituto de Estadística del país.

Fuentes nacionales: INE y AENA



## **Movimiento hotelero: Rusia**



## MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA | RUSIA RESULTADOS AÑO 2015

### Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía

	ANDALUCÍA			ESPAÑA		
	Año 2014	Año 2015	% var / Dif	Año 2014	Año 2015	% var/Dif
Viajeros	92.424	80.966	-12,4%	1.283.778	753.830	-41,3%
Pernoctaciones	313.673	245.272	-21,8%	7.745.231	3.806.841	-50,8%
Estancia Media	3,39	3,03	-0,36	6,03	5,05	-0,98
Cuota s/ total Extranjeros	1,4%	1,0%	-0,40	4,1%	1,9%	-2,14

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

### Serie mensual

Año 2015	Pernoctaciones	%
Enero	17.074	7,0%
Febrero	7.600	3,1%
Marzo	11.256	4,6%
Abril	13.484	5,5%
Mayo	19.812	8,1%
Junio	30.055	12,3%
Julio	33.806	13,8%
Agosto	36.378	14,8%
Septiembre	33.795	13,8%
Octubre	21.905	8,9%
Noviembre	10.966	4,5%
Diciembre	9.141	3,7%
<b>Total</b>	<b>245.272</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

### Serie Anual

AÑO	Pernoctaciones	% var.
2003	101.006	-25,7%
2004	115.432	14,3%
2005	123.802	7,3%
2006	127.297	1,2%
2007	168.498	32,4%
2008	197.182	17,0%
2009	154.985	-21,4%
2010	205.289	32,5%
2011	280.713	36,7%
2012	336.854	20,0%
2013	360.841	7,1%
2014	313.673	-13,1%
<b>2015</b>	<b>245.272</b>	<b>-21,8%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

### Principales destinos en España de este mercado

TOP 5 DESTINOS - 2015	Pernoctaciones	% s/ total
Cataluña	2.178.928	57,2%
Canarias	480.212	12,6%
Baleares, Illes	427.640	11,2%
Andalucía	245.272	6,4%
Madrid, Comunidad de	195.848	5,1%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

### Ppales mercados extranjeros Andalucía

TOP 5 ORIGEN 2015	Pernoct.	% s/ total
Reino Unido	6.269.204	13,1%
Alemania	3.785.881	7,9%
Francia	2.453.198	5,1%
Países Bajos	1.132.733	2,4%
Bélgica	1.057.760	2,2%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE