

# ¡Que vienen los rusos!



Una de las playas de Salou, en Tarragona, abarrotada de turistas durante la temporada estival. HERALDO

## EL PERFIL Rico, joven, casado y urbanita

El turista ruso que viaja al exterior tiene entre 25 y 45 años, procede de una ciudad con más de un millón de habitantes y posee un poder adquisitivo y una posibilidad de gasto medio-alto. Suele estar casado y con hijos y quiere pasar sus vacaciones de verano en un destino cálido, donde disfrutar del sol y la playa. En España va sobre todo a Cataluña (57%), pero también a Canarias (10,7%), Andalucía (8,8%) y Baleares (7,6%), destinos que contrata a través de una agencia de viajes a la que compra un paquete turístico que incluye el visado de entrada. Son datos de un estudio sobre el mercado ruso realizado por el Instituto de Turismo de España, que explica que la inmensa mayoría de los turistas rusos proceden de Moscú y San Petersburgo. Casi el 94% de los viajeros rusos que visitaron España en 2010 llegaron en avión. Las llegadas por carretera sumaron el 5,8% y están en retroceso. Entre sus inquietudes, además de la playa, están el turismo cultural y la gastronomía. El 91,4% de los rusos vienen por motivos de ocio. Los viajes de negocios son un reclamo solo para el 4%. **C. Calvar.**

**V**ienen los rusos, pero este anuncio ya no provoca el temor que desataba hace tres décadas, cuando Occidente presentía su llegada a bordo de aviones militares y carros de combate decorados con estrellas rojas. Ahora vuelan en primera clase, a veces en aviones privados, se alojan en hoteles de cuatro y cinco estrellas y llegan en busca de buen tiempo, playas, descanso, ocio y experiencias gastronómicas. Sus maletines repletos de dólares y su enorme alegría a la hora de gastar les han convertido en objeto de deseo de los empresarios del sector turístico, que suspiran por convertirlos en clientes fijos. Los empleados de sus alojamientos también suspiran por sus propinas.

El número de rusos que eligieron España para pasar sus vacaciones aumentó entre julio y septiembre un 25,6%, el triple que el crecimiento del 8,5% detectado en las llegadas totales de turistas, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) del Mi-

nisterio de Industria. Un crecimiento que el Gobierno y los empresarios califican de «espectacular» y que atribuyen a la inestabilidad en el Mediterráneo -donde los rusos tienen sus destinos favoritos (Turquía, Egipto, Túnez)-, a la ampliación del número de conexiones aéreas y a la agilización en la emisión de visados por parte del Consulado de España en Moscú. En 2010 se concedieron 442.358 permisos de entrada, un 59,3% más que en 2009, y en los cinco primeros meses de 2011 el crecimiento acumulado era ya del 65%.

### Un millón de personas

Con este panorama, la presencia de turistas de la antigua URSS superará por primera vez este año el millón de personas, celebra el presidente de la Confederación Española de Hoteles, Juan Molas.

El turista ruso interesa a la industria de vacaciones por su volumen de gasto. La patronal del turismo (Exceltur) cifra en 77,6 euros el gasto medio diario de un vi-

sitante extranjero en julio y agosto durante su estancia en España. En el caso de los rusos la cifra se dispara a 93,5 euros por persona y día, muy por encima de lo que dejan los viajeros alemanes, italianos, franceses e incluso escandinavos. Y, según la encuesta de Gasto Turístico que elabora Industria, en septiembre pasado el gasto de los rusos aumentó un 23% interanual. A eso se añade un aliciente más: al ruso le gusta viajar con la familia, de ahí que donde va deja muchísimo dinero.

Oscar Perelli, director del área de Investigación de Exceltur, explica que la rusa es una clientela «muy exigente y exclusiva, que genera un importante gasto en compras y restaurantes». Tanto es así que algunos establecimientos han tenido que adaptarse a los servicios que demandan los ciudadanos del gigante del este. Ane Ugarte, directora de ventas del tinerfeño Gran Hotel Bahía del Duque, centrado en el mercado ruso, explica que ofrecen servicios de limusina

para traslados desde el aeropuerto, así como salas VIP para hacer las esperas más llevaderas y un servicio de alquiler de coches de lujo con o sin chófer. En su establecimiento hay tiendas de marcas exclusivas, pues comprar es una de las grandes pasiones de los rusos.

### Joyas y ropa exclusiva

El ruso gasta en artículos de lujo: joyas, relojes, ropa, zapatos, bolsos y perfumes que en Europa suelen ser más baratos que en su país. La mujer rusa se cuida mucho, invierte mucho en sí misma, y le gusta lucir las marcas más llamativas: Versace, Carrera, D&G, Roberto Cavalli, Bottega Veneta. Felipe Rigat, dueño del hotel Rigat Park, de la Costa Brava, añade que el cliente ruso es amante de los coches todoterreno y de la buena mesa, que acompaña con los vinos, champanes y licores más caros de la carta.

También es un turista «culto» y «exigente», al que le gusta invitar y no le importa llamar la atención cuando se divierte.

Su principal obstáculo suele ser el idioma, de ahí que muchos hoteles como los citados se hayan lanzado a formar y contratar personal que domina el ruso. Los empleados se desviven por atenderlos, pues dejan buenas propinas y, en ocasiones, regalos si notan que han sido bien servidos. «Es un cliente muy detallista», afirma Ane Ugarte.

En 2010, los viajes de los rusos al exterior aumentaron un 32% por la buena marcha de su economía, que en medio de la peor crisis creció un 4%. Rusia es hoy el mercado turístico emisor de mayor crecimiento en Europa y el tercero del mundo, por detrás de China y la India. La consultora BMI estima que el gasto de los rusos en el mercado turístico internacional ascenderá este año a 18.700 millones de euros y prevé que seguirá creciendo un 6% o un 7% anual hasta 2015. Una tarta succulenta, de la que aspira a saborear un jugoso pedazo la industria española.

**CÉSAR CALVAR**