

¡Que vienen los rusos!

31.10.11 - 00:05 - CÉSAR CALVAR | MADRID.

- Los empresarios del sector aspiran a convertir en fijo a este cliente, que gasta mucho más que el resto
- El número de turistas procedentes del gigante euroasiático aumentó un 25,6% este verano

PERFIL DEL VIAJERO

Joven y familiar. Son personas de entre 25 y 45 años, la mayoría casadas, con hijos y les encanta viajar con la familia al completo.

Urbanita. La mayoría proceden de Moscú y San Petersburgo, pero también del resto de ciudades con más de un millón de habitantes.

Culto. Entre sus inquietudes figuran la playa, turismo cultural, monumentos y gastronomía.

Gastador. Los viajeros rusos gastan mucho más que los procedentes de otros países y adquieren las marcas más lujosas.

Vienen 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 alegría a la hora de gastar le 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 eligió España para pasar sus vacaciones aumentó entre julio y septiembre un 25,6%, el triple que el crecimiento del 8,5% observado en las llegadas totales de turistas, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera del Ministerio de Industria. Un crecimiento que Gobierno y empresarios atribuyen a la inestabilidad en el Mediterráneo -donde los rusos tienen sus destinos favoritos (Turquía, Egipto, Túnez)-, a la ampliación de las conexiones aéreas y a la agilización en la emisión de visados por el Consulado de España en Moscú. En 2010 se concedieron 442.358 permisos de entrada, un 59,3% más que en 2009, y en 2011 el crecimiento acumulado hasta mayo era ya del 65%.

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

Joyas y ropa cara

Óscar Perelli, director de Investigación de Exceltur, explica que la rusa es una clientela «exigente y exclusiva, que genera un importante gasto en compras y restaurantes». Tanto 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 este mercado, explica que ofrecen servicios de limusina para traslados desde el aeropuerto, 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.

El ruso gasta en artículos de lujo: joyas, relojes, ropa, zapatos, bolsos, perfumes. que en Europa suelen ser más baratos que en su país. La mujer rusa se cuida e 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 'todoterreno' y la buena mesa, que acompaña con los vinos, champanes y licores más caros.

También es un turista «culto» y «exigente», al que le gusta invitar y no le importa llamar la atención cuando se divierte, por lo que suele ser ruidoso y cantarín -«le va un tipo de fiesta muy parecido a la hispana», detalla Rigat-, lo que puede molestar a gentes de otras culturas.

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

En 2010, los viajes de 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 de mayor crecimiento en Europa y el tercero del mundo tras China e 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 seguirá creciendo un 6% o un 7% anual hasta 2015. Una tarta suculenta, de la que aspira a saborear un pedazo la industria española.