

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

RUSIA 2023 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Moscú

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

A principios del año 2022, la recuperación del emisor ruso se daba por descontada con la remisión de la pandemia y la subsecuente eliminación de las restricciones COVID de entrada a la mayoría de los destinos internacionales. Al igual que en otros mercados emisores, en Rusia existía una notable demanda embalsada y ahorro cautivo que ya en 2021 se dirigía a destinos ávidos de captar a un turista de alto gasto como el ruso.

A finales de febrero de 2022 las perspectivas de recuperación se truncan abruptamente, como consecuencia de la crisis geopolítica que desencadena la guerra de Rusia con Ucrania y su efecto en los principales facilitadores de viaje como son la conectividad, los visados y los medios de pago.

4

El impacto sobre la conectividad es inmediato, con el cierre del espacio aéreo europeo a aeronaves rusas - y viceversa¹ - y la drástica reducción de la flota rusa por efecto de las sanciones sobre recambios, mantenimiento y contratos de leasing. En cuanto a los visados, la UE suspende el acuerdo de facilitación de visados con Rusia a partir del 12 de septiembre de 2022, lo que demora y encarece la expedición de visados a Europa. Por último, las sanciones a bancos rusos, la desconexión del sistema SWIFT y la suspensión de operaciones de Visa, MasterCard y American Express en Rusia, afectan a los medios de pago de los turistas rusos que no pueden utilizar sus tarjetas de crédito para realizar transacciones internacionales online, ni fuera de Rusia.

Todo ello son factores que inciden en el emisor ruso, si bien el sector se adapta a las nuevas condiciones del mercado para atender la demanda de viajes al exterior que, a pesar de las sanciones e incertidumbre, no desaparece y se redirige a destinos domésticos o a destinos en el exterior en los que no existan barreras al turismo ruso.

En efecto, al igual que sucede en la mayoría de los países tras la pandemia, la recuperación comienza con la reactivación del turismo doméstico, si bien en el caso

¹ Iniciada la invasión rusa de Ucrania el año pasado, los gobiernos de los Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá y Europa prohibieron que los aviones rusos sobrevolaran su espacio aéreo. Como respuesta, Rusia prohibió inmediatamente a Estados Unidos y otros partidarios de Ucrania, incluidos Canadá y gran parte de Europa, sobrevolar los cielos de Rusia. Debido a esta situación, las aerolíneas norteamericanas y europeas tienen que tomar el camino más largo en los vuelos hacia y desde Asia (lo cual aumenta los tiempos de vuelo, el coste de combustible), dando una ventaja a los rivales extranjeros - de China, India y Oriente medio - que vuelan las mismas rutas.

ruso la tendencia es aún más acusada debido al efecto de las sanciones y prohibiciones sobre aerolíneas y vuelos rusos. De hecho, como veremos más adelante, el dinamismo del mercado doméstico – impulsado por programas de apoyo estatal - ha permitido a las aerolíneas rusas capear el temporal, de manera que, según la previsión del Ministerio de Transporte, en 2023 las aerolíneas rusas transportarán más de 101 millones de personas, es decir, un 6% más pasajeros que en 2022.

De hecho, de acuerdo con ACI Europe, los aeropuertos rusos están ahora "bastante cerca" de donde estaban en 2019, a pesar de las sanciones desencadenadas por el conflicto de Ucrania. Actualmente hay una redistribución de los flujos de tráfico ruso lejos de Europa y América del Norte, a favor del "enorme" mercado interno ruso, así como de los pujantes enlaces con Asia Central – especialmente Kazajistán y Uzbekistán-, Turquía y Emiratos Árabes Unidos².

Finalmente, para la temporada 2023 los operadores turísticos rusos observan cierta desaceleración en las ventas de tours en el extranjero debido al debilitamiento del rublo frente a las monedas mundiales. Según ATOR, los participantes del mercado temen un deterioro de la situación si los viajes al extranjero continúan subiendo de precio.

5

Volumen del mercado por gasto

Según Phocuswright³, en 2022 los ingresos brutos por reservas en el mercado ruso se incrementaron en un 21% hasta los \$39.400 millones, superando los ingresos pre-pandemia (\$36.500 Mill) a pesar de las sanciones y el cierre del espacio aéreo europeo – excepto Turquía y Serbia - a los vuelos procedentes de Rusia.

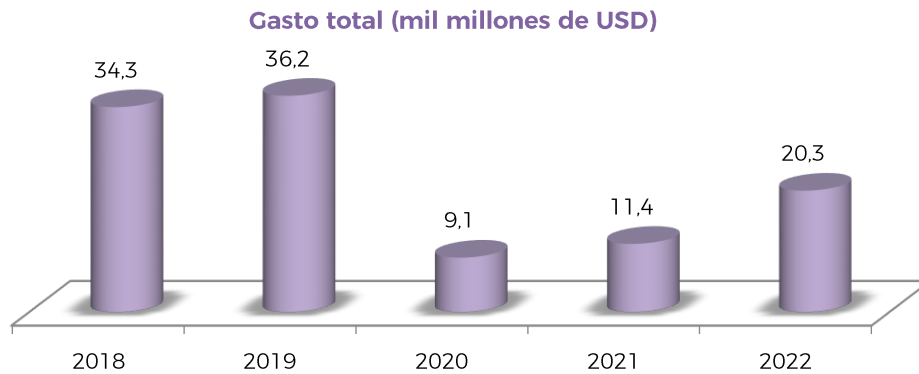
Como se indicó previamente, la situación creada por la crisis geopolítica ha dado lugar a una redistribución del peso de los viajes, con un retroceso de los internacionales frente al avance de los viajes domésticos, al tiempo que ha redirigido el tráfico aéreo internacional a destinos en los que no se aplican sanciones ni prohibiciones a los vuelos procedentes de Rusia. Además, tanto China como los países de la CEI, Turquía y Serbia, han mantenido abiertas sus fronteras con Rusia.

Teniendo todo esto en cuenta, la previsión de Phocuswright es que los ingresos brutos por reservas se incrementen un 12% hasta los \$42.200 millones en 2025.

² Ver más adelante el cuadro de capacidades programadas elaborado a partir de datos OAG.

³ Informe "Europe Travel Market Report 2022-2026", mayo 2023

Por lo que se refiere al gasto turístico total de los turistas rusos en sus viajes a destinos en el exterior disponemos de los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los que el mercado ruso no sale mal parado:



Fuente: Datos turísticos de la OMT

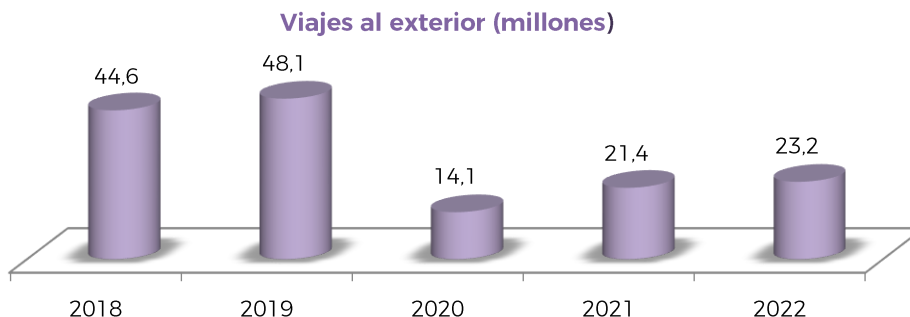
6

En 2022 los rusos gastaron 20.300 millones de dólares en viajes internacionales, un 43,9 % menos con respecto al gasto total en 2019 antes de la pandemia pero casi el doble que en 2021.

Según este indicador de la OMT, Rusia ocupó el puesto 11 en el TOP-20 mundial, cayendo desde el sexto lugar en 2019, pero superando en 2022 a países como Corea del Sur (US\$ 19,9 mil millones), los Países Bajos (US\$ 17,7 mil millones), Suiza (US\$ 16,6 mil millones), Bélgica y Australia (ambos US\$16,3 mil millones), Arabia Saudita (US\$15,9 mil millones), Singapur (US\$15,3 mil millones) y Noruega (US\$14 mil millones).

Volumen del mercado por número de viajes

Los datos del Servicio de Fronteras Ruso muestran que los viajes de rusos al exterior aún están muy lejos de los realizados antes de la pandemia pero se van recuperando.



Fuente: Servicio de Guardia de Fronteras Servicio Federal de Seguridad de la Fed.Rusa)



En 2019, los ciudadanos de la Federación Rusa realizaron 48 millones de viajes a 176 países extranjeros⁴ por motivo de turismo, trabajo, visitas a familiares, estudios, etc., un 7,9% superior al dato de 2018.

En 2021, el número de viajes y países visitados se redujo: 21,4 millones de viajes a 153 países, un 55,4% menos que antes de la pandemia.

En 2022, el número de visitas de rusos al extranjero aumentó un 8,4% en comparación con 2021, hasta llegar a 23.2 millones de viajes con destino a 142 países extranjeros. En comparación con el año pre-Covid 2019, el número de viajes al extranjero se ha reducido prácticamente a la mitad.

Se puede concluir por tanto, que la recuperación del volumen de viajes sigue en Rusia una tendencia similar al resto de países pero como consecuencia de la guerra, lo que es realmente relevante en el caso de Rusia es el cambio radical en el repertorio de destinos a los que los rusos se dirigen, con una caída de los viajes a Europa del 84% y un incremento nunca visto de la cuota de viajes a destinos no europeos.

7

Principales áreas emisoras

El tráfico de pasajeros en Rusia se desploma tras el inicio de la crisis bélica, al producirse el cierre de aeropuertos rusos en la zona sur del país⁵, el bloqueo del espacio aéreo entre Rusia y Europa, y las sanciones internacionales que golpean duramente al sector aéreo ruso con la consiguiente reducción de operaciones en aerolíneas y aeropuertos.

En enero de 2022, el *hub* aéreo de Moscú (aeropuertos de Sheremetyevo, Domodedovo y Vnukovo) representó el 38% del tráfico total de pasajeros de todos los aeropuertos rusos si bien, el cierre de mercados internacionales clave, incluida la Unión Europea, tras el inicio del conflicto militar en Ucrania, golpeó duramente su tráfico.

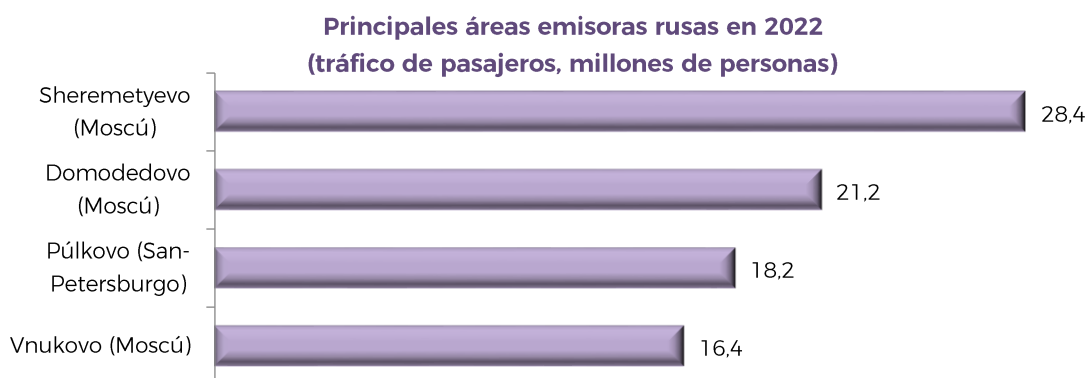
⁴ Las estadísticas del Servicio de Fronteras no incluyen Bielorrusia.

⁵ El 24 de febrero de 2022, el día en que comenzó la crisis bélica en Ucrania, los cinco aeropuertos más grandes en el sur de Rusia con un tráfico de más de un millón de pasajeros - Simferopol, Krasnodar, Anapa, Platov (Rostov-on-Don) y Gelendzhik, - fueron cerrados para atender vuelos civiles (y también otros seis aeropuertos más del sur que atendían a menos de 1 millón de personas cada uno). Como resultado, a finales del año pasado, su tráfico total de pasajeros ascendió a 1,53 millones de personas, un 92 % menos que en 2021, según los datos de la Agencia Federal de Transporte Aéreo, la administración del Territorio de Krasnodar y el Aeropuerto de Simferopol.

En 2022, solo 29 aeropuertos rusos superaron la cifra de 1 millón de pasajeros frente a 32 en 2021. Estas conclusiones se desprenden de los datos publicados por los operadores de centros aéreos y la información proporcionada por ellos a solicitud de la agencia de información RBC⁶.

A finales de 2022, los datos del tráfico de pasajeros muestran caídas desde los tres grandes aeropuertos de Moscú: Sheremetyevo disminuyó en un 7% con 28,4 millones de pasajeros; Domodedovo, un 15% con 21,2 millones y Vnukovo, un 8,9% con 16,4 millones perdiendo el tercer puesto entre los aeropuertos rusos más grandes a favor de Pulkovo en San Petersburgo, que registró un aumento en el tráfico de pasajeros del 0,9% alcanzando los 18,2 millones de personas y convirtiéndose en el segundo aeropuerto en términos de tráfico de vuelos domésticos con 15,8 millones de personas, superando a Domodedovo. El tráfico de pasajeros disminuyó aún más en este aeropuerto al cierre de los aeropuertos del sur de Rusia, si bien se espera que crezca en 2023 debido a la atracción de nuevas aerolíneas y la ampliación de la red de rutas.

8



Fuente: páginas web de aeropuertos, administración regional, fuentes de RBC

Un dato importante es que el 30 de agosto de 2022 se abrió un corredor aéreo adicional en el sur de Rusia, solo para aerolíneas que operan vuelos de ida y vuelta desde Moscú a Sochi en el sur, y a aeropuertos en Turquía, en total no más de 15 vuelos por hora. El resto de vuelos por encima de este límite y hacia otros destinos ahora vuelan a través del espacio aéreo de Kazajstán. Así, a finales del año pasado, el tráfico total de pasajeros

⁶ La Agencia Federal de Transporte Aéreo ["Rosaviatsiya"], que anteriormente consolidaba datos sobre aeropuertos y aerolíneas, dejó de publicarlos tras el inicio del conflicto militar en Ucrania y la imposición de sanciones occidentales.

de los 29 aeropuertos más grandes ascendía a unos 160 millones de personas, lo que supone casi un 10 % menos que en 2021.

Además, a partir del 12 de junio de este año, la Agencia Federal de Transporte Aéreo [“Rosaviatsiya”] abre un segundo corredor aéreo hacia el sur con nuevas rutas para la aviación civil. Esto permitirá a las aerolíneas aumentar el número de vuelos sin utilizar el espacio aéreo de Kazajstán, y también, dependiendo del aeródromo de destino, reducir el tiempo de vuelo un promedio de 35 minutos.

Según expertos del sector, es más probable que Sochi y Mineralnye Vody, en el sur, se conviertan en centros de tránsito: la aerolínea Rossiya ha comenzado a desarrollar un centro en Sochi, y Azimut ha concentrado su flota en el aeropuerto de Mineralnye Vody.

Organización del viaje y reservas

Por lo que se refiere a la organización de viajes y reservas se observan las siguientes tendencias:

9

En primer lugar, el **aumento del peso del turismo organizado** - reservas a través de turoperador -, respecto a 2019. Es una tendencia global tras la pandemia pero en Rusia se ha visto acentuada por la incertidumbre e inseguridad causada por la crisis geopolítica en los viajes de los rusos.

La imposibilidad de utilizar tarjetas de crédito emitidas en Rusia y para pagar servicios turísticos en destino ha propiciado asimismo el aumento del peso del viaje organizado a través de operador. Sin embargo, algunas aerolíneas y servicios turísticos extranjeros están aceptando ya el pago con tarjetas de crédito rusas o a través del sistema MIR⁷.

Como consecuencia, los operadores turísticos han aumentado su cuota en el mercado del turismo emisor con respecto a 2019: antes de la pandemia, su cuota era del 58,8%, pasando al 68,8% en 2022. La cuota del turismo nacional organizado también ha aumentado del 20 al 25-30%, según la directora ejecutiva de ATOR, Maya Lomidze.

La confianza en los touroperadores también permanece alta debido a sus generosas pólizas de seguros y garantías de devolución del 20% que reducen los riesgos a los que pueden enfrentarse los ciudadanos rusos que viajan al exterior. Esos riesgos se

⁷ La tarjeta del sistema de pago nacional ruso MIR se acepta en algunos países: Vietnam, Armenia, Bielorrusia, Tayikistán, Kazajstán, Corea del Sur. Países como Sri Lanka, Egipto, Venezuela y Cuba prometen sumarse a la lista.

materializaron en marzo 2022 cuando 150.000 turistas rusos se quedaron “atrapados” en varios destinos turísticos, a causa de las prohibiciones de viaje y otras sanciones emitidas contra Rusia con el inicio de la guerra.

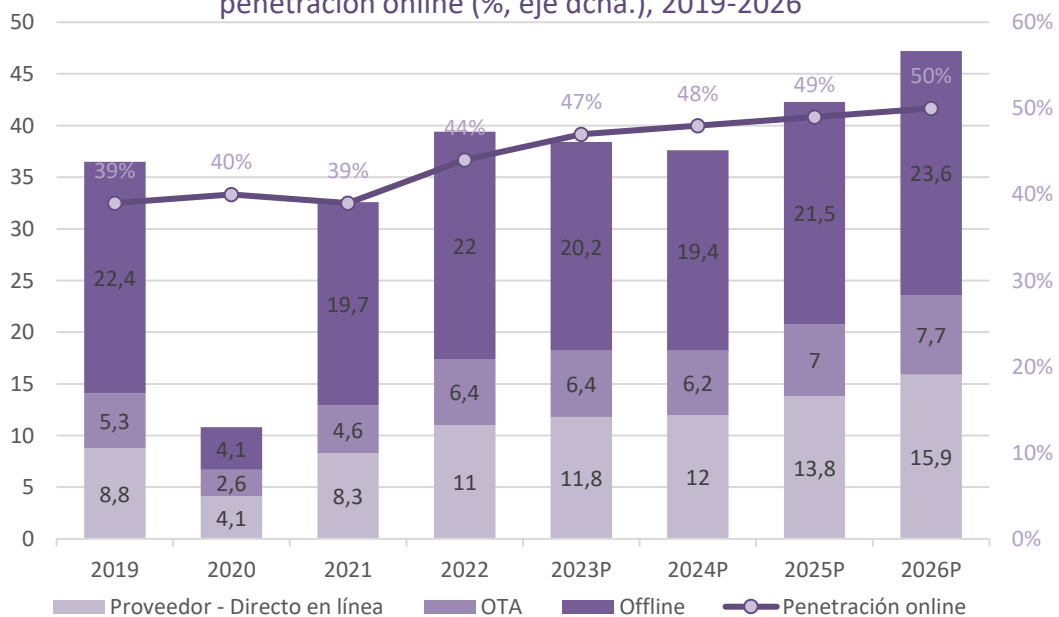
En segundo lugar, la rápida absorción de tecnologías digitales favorece el **avance de la contratación online** de viajes en el mercado ruso. Según Phocuswright, se espera que gran parte de los ingresos brutos por reservas se produzca desde canales online, debido a la destreza tecnológica de los rusos y la rápida adopción de aplicaciones digitales.

Asimismo, la alta penetración del uso de smartphones en Rusia, un 82% de usuarios, constituye uno de los principales motores del crecimiento de la distribución online.

Según Phocuswright, la previsión es que los ingresos brutos por reservas se incrementen un 12% hasta los \$42.2 mil millones en 2025 y el mayor crecimiento se produzca en reservas realizadas en canales online: Se prevé que los ingresos brutos por reservas realizadas online se incrementen desde los \$17,4 mil millones en 2022, a \$23,6 mil millones en 2026, cuando la penetración online alcance el 50% del total del mercado de viajes. Las OTAs han experimentado un fuerte crecimiento en los dos años posteriores a la pandemia si bien, las reservas brutas realizadas por venta directa online representan la mayor parte de los ingresos online y se espera que sigan creciendo anualmente a un fuerte ritmo.

10

Cuota de mercado de Rusia por canal (miles de millones de USD) y penetración online (%; eje dcha.), 2019-2026



Fuente: 2023 Phocuswright



Mención aparte merece el fuerte desarrollo de plataformas nacionales de reservas para cubrir el vacío dejado por las plataformas internacionales de búsqueda y reserva de viajes: Booking.com, Airbnb, Agoda, Hotels.com o Trivago, anunciaron la suspensión de sus operaciones en el mercado ruso tras el inicio del conflicto militar; también los servicios de búsqueda y compra de billetes aéreos Momondo y Skyscanner y los GDS Sabre o Amadeus han dejado de dar servicio en Rusia.

La retirada de Booking.com tuvo un impacto enorme en la industria turística de Rusia. Según el FAS (Servicio Federal Antimonopolio), Booking.com logró alcanzar una posición dominante en el mercado cubriendo el 80% del mercado de reservas de hoteles online en Rusia (en 2021 Booking fue reconocido oficialmente como un monopolio por el regulador ruso). Según Booking, los rusos utilizaban su plataforma más que los británicos o los estadounidenses, siendo uno de sus mercados principales.

La audiencia de esta plataforma ahora se distribuye entre otros canales de reserva online: TTOO y AAVV, páginas web de hoteles, OTAs y metabuscadores rusos.

11

Comportamiento viajero

Según un estudio de Ipsos⁸ presentado en la feria MITT 2023 de Moscú, el 88% de los rusos que tienen intención de viajar lo harán dentro de Rusia y el 25%, viajarán al extranjero. Uno de cada cinco rusos no va a viajar a ningún sitio, principalmente por el aumento de los precios. Y las vacaciones de playa siguen siendo el tipo de turismo más popular entre los rusos, sobre todo entre los residentes en la capital.

En 2023, del número total de los encuestados que se negaban a viajar, la proporción de los que no pensaban hacerlo debido a los altos precios ("se ha vuelto demasiado caro"), era del 59%. En 2022, esta cifra era del 47% y en 2020, del 37%. La segunda razón más común para no viajar es la "tensión política general en el mundo" (más común entre los moscovitas).

La falta de vuelos directos a países o centros turísticos de interés turístico sólo fue citada como motivo para no viajar por el 8% de los encuestados que no hacían planes de viaje en 2023. Esto coincide con las conclusiones de los analistas de ATOR que en repetidas ocasiones afirmaron que los turistas rusos ya se han adaptado a los vuelos de conexión, y la mayoría no considera que estos sean un obstáculo para comprar un viaje.

⁸ Fuente: Encuesta en línea, panel Ipsos i-Say Russians 18+, Wave 2023: Recopilación de datos: 21-28 febrero 2023, N°(tienen previsto en 2023) = 1441; N° (viajaron en 2022) = 1375

El 25% de los rusos encuestados que van a viajar en 2023 tienen previsto visitar países extranjeros de Asia (incluidos los países de la CEI y Turquía) mientras que el 15% tiene previsto viajar a Europa (casi la mitad de ellos está formado por jóvenes). Otro 10% desea viajar a países distintos de Europa y Asia.

Según Ipsos, en 2023, el 69% de los que tienen previsto viajar elegirán unas vacaciones de playa (de hecho, el 49% de los que viajaron en 2022 pasaron sus vacaciones en complejos de playa). Sigue siendo el tipo de viaje y de vacaciones más común y deseable para los rusos. Aquí es importante puntualizar que las vacaciones de playa son más populares entre los moscovitas: el 75% de los encuestados que eligieron esta opción son habitantes de la capital. La gastronomía y el turismo de esquí también son más populares entre los moscovitas que entre los residentes de otras regiones rusas.

La segunda actividad más popular entre quienes tienen previsto viajar en 2023, es el turismo cultural y las visitas a museos. Así, de los datos de Ipsos se deduce que la mayoría tiene intención de combinar vacaciones en la playa con excursiones.

12

En tercer lugar, entre los motivos de viaje se encuentra la visita de familiares y conocidos; este tipo es el más elegido por los jóvenes, lo que sugiere que el turismo clásico es menos prioritario para ellos que para los turistas adultos con familia.

Si comparamos las respuestas de los encuestados en 2023 y las actividades de viaje reales en 2022, podemos ver que en 2023 se ha producido un aumento significativo de la demanda de vacaciones en la playa (+40%); excursiones, visitas turísticas y a museos (+20%) y cruceros (casi el doble).

Según los expertos del sector turístico ruso, actualmente gran parte de los rusos que viaja a Europa lo hace por motivos familiares o con el objetivo de reubicarse. Quienes hayan viajado anteriormente a Europa y puedan permitirse un viaje así ahora, no se negarán a viajar este año. Estamos hablando en su mayoría de rusos que ya tienen visados y permisos de residencia europeos.

Segmentación de la demanda y perfil del viajero

En el escenario actual habrá que estar atentos a las dinámicas que se generen en la sociedad rusa: las nuevas generaciones y sus motivaciones de viaje, el segmento de nómadas digitales como tendencia a explorar, y finalmente, el segmento Premium, viajero de alto gasto que no renuncia a viajar y que no se mueve por precio. Tradicionalmente, el segmento ruso más característico es el de familias que buscan



descansar en la playa y, derivado de la situación actual, con preferencia por la oferta de “todo-incluido”.

En cuanto al perfil del viajero ruso, los que tienen previsto pasar unas vacaciones de verano en Europa en general son parejas adultas y con menor frecuencia turistas individuales. Aun así, según VEDI GROUP, últimamente ha habido más solicitudes y reservas de grupos y familias con niños, lo cual indica que algunos turistas ya se han adaptado a la situación y están comenzando a regresar a sus destinos preferidos.

El viajero de clase económica ha dejado de viajar a Europa. Los turistas rusos que lo hacen son de alto poder adquisitivo, que reservan viajes de mayor duración, hoteles de alta gama y contratan servicios complementarios como coche con conductor o reservas en restaurantes top.

Productos turísticos demandados

13

Los operadores están adaptando su oferta a las necesidades derivadas del contexto actual. En especial, el bloqueo de las tarjetas bancarias rusas en el exterior y la imposibilidad de sacar de Rusia divisa en efectivo dan lugar a productos que permiten al turista cubrir sus gastos en destino en una suerte de “todo-incluido” ampliado.

Así pues, en este contexto tan excepcional surgen algunas tendencias en el mercado que interesa destacar:

1.- Producto para Segmento Premium en destinos de playa, en especial en Maldivas, Seychelles y Emiratos Árabes, donde los turistas con alto poder adquisitivo pueden alargar su estancia por vacaciones.

2.- Venta de apartamentos y pisos en países “amistosos” como Turquía, para atender el fuerte incremento en la demanda de alquiler y compra de apartamentos y pisos fuera de Rusia.

3.- “Turismo de tarjetas”: debido al bloqueo de tarjetas de crédito emitidas en Rusia para realizar pagos en el exterior, los TTOO ofrecen viajes a otros países para abrir cuentas y tramitar tarjetas con las que poder operar fuera de Rusia. Los destinos más populares para hacer este tipo de trámites son Uzbekistán, Armenia, Kazajstán, Kirguistán y Turquía.

4.- Turismo de estudios, puede verse afectado por la dificultad de los estudiantes para disponer de fondos fuera de Rusia y por la desconexión de las universidades rusas del sistema Bolonia.

5.- Turismo de larga estancia: desde el inicio del conflicto, la cuota se ha incrementado notablemente. Uno de cada cinco turistas está demandando viajes con estancias superiores a 21 días. Familias con niños, tele-trabajadores y ciudadanos que quieren alejarse temporalmente del país. Los destinos más demandados son destinos de costa en Croacia, Turquía y Montenegro, así como Maldivas, Tailandia o Indonesia.

6.- Incremento de la compra a través de operadores y agencias de viaje y auge del “todo-incluido”: al comprar un viaje organizado con destino EAU, Tailandia, Indonesia, Israel, Eslovenia, Hungría, Maldivas, Seychelles, Sri Lanka, Mauricio o Chipre, el turista puede contratar un depósito para que el touroperador cubra sus gastos en destino. De esta manera, los rusos pueden pagar sus gastos en rublos tanto en origen como en destino, a través del touroperador.

14

7.- El turismo de compras adquiere mayor demanda debido a la retirada del mercado ruso de muchas marcas extranjeras tras el inicio del conflicto bélico.

El gobierno ruso está apoyando la industria turística del país con ayuda financiera e inversiones en infraestructura. Los operadores han comenzado a comercializar nuevos paquetes en destinos domésticos, tales como glamping en destinos de naturaleza como Baikal, Kamchatka, Karelia y Altay.

Conclusiones y tendencias

El hecho más relevante a destacar en el mercado emisor ruso no es tanto la debilidad de la demanda como el cambio radical en el mapa de destinos comparando 2019 y 2023. En 2019, el top-10 lo encabeza Turquía seguido de Alemania, Ucrania, China e Italia por encima del millón de asientos, y Uzbekistán, Tailandia, EAU, Kazajstán y Bielorrusia.

ASIENTOS PROGRAMADOS EN-JN (ordenados por capacidades 2019)					
REGIÓN	2019	% TOTAL 2019	2023	% TOTAL 2023	VAR 2023 vs 2019
TOTAL UE, EEE & UK	7.210.583,00	35%	1.300,00	0%	-100%
TOTAL ORIENTE MEDIO	3.556.790,00	17%	3.711.219,00	37%	4%
TOTAL ASIA CENTRAL	2.471.471,00	12%	3.166.994,00	31%	28%
TOTAL EUROPA ESTE	2.210.949,00	11%	448.671,00	4%	-80%



ASIENTOS PROGRAMADOS EN-JN (ordenados por capacidades 2019)					
REGIÓN	2019	% TOTAL 2019	2023	% TOTAL 2023	VAR 2023 vs 2019
TOTAL EXTREMO ORIENTE (ASIA)	1.690.831,00	8%	251.659,00	2%	-85%
TOTAL CÁUCASO SUR	1.267.748,00	6%	1.206.332,00	12%	-5%
TOTAL SUDESTE ASIÁTICO	1.235.480,00	6%	527.216,00	5%	-57%
TOTAL AMERICA	358.161,00	2%	72.535,00	1%	-80%
TOTAL ASIA SUR	281.925,00	1%	231.683,00	2%	-18%
TOTAL AFRICA	190.001,00	1%	485.049,00	5%	155%
TOTAL RESTO	87.898,00	0%	4.960,00	0%	-94%
Total general	20.561.837,00	100%	10.107.618,00	100%	-51%

Fuente: OAG (elaboración propia a partir de datos de asientos programados primer semestre 2019 y 2023)

15

Comparando los asientos programados en 2019 y 2023 en el mismo periodo -primer semestre del año-, en 2019 los destinos de la región de la UE, EEE y UK, con un 35% del mercado dominan el mercado, destacando Alemania e Italia. En 2023, la región ha desaparecido completamente del mercado emisor ruso en términos de capacidad aérea; en 2023, la posición dominante con el 37% de la capacidad programada la ostenta la región de Oriente Medio, con Turquía creciendo un 8% vs 2019 y los EAU un 63%. Por su parte, la región de Asia Central se sitúa en segunda posición con un incremento del 28% entre 2019 y 2023, y representando el 31% del mercado en 2023. A continuación, la región de Cáucaso Sur representa el 12% de las capacidades programadas hasta el 30 de junio de 2023 impulsado por el incremento de capacidades a Armenia y Azerbaiyán. En el resto de regiones cabe destacar Egipto - con un crecimiento del 911% en 2023 vs 2019 -, Maldivas y Sri Lanka también con crecimientos muy notables y Tailandia si bien aún no ha recuperado los niveles pre-pandemia. En el extremo opuesto, destaca en 2023 la caída de destinos en el TOP-5 de 2019 como Ucrania que desaparece por razones obvias, y China que empieza a recuperar tras su reciente apertura.

En cuanto a las tendencias principales, en este **contexto excepcional**, destacan las siguientes:

- Si bien el mercado ha sufrido un importante retroceso en volumen de reservas tras el 24 de febrero, tanto en turismo doméstico como sobre todo internacional, **el deseo de viajar al exterior se mantiene** pero debido a la situación de incertidumbre y al efecto de las sanciones en especial sobre los medios de pago, el mercado doméstico cobra mayor importancia relativa. No solo varía la cuota de mercado doméstico vs internacional, sino también el **mapa de destinos internacionales** (como se ha visto en el cuadro anterior).

- El **gasto turístico se ha incrementado en 2022** respecto a 2021 por el aumento de precios y por la existencia de una demanda contenida con alta proporción de personas con alto poder adquisitivo para las que el precio no es un factor de decisión determinante.
- **Aumenta el peso de la contratación a través de operador o Agente de viajes** ante la dificultad de organizar los viajes de forma independiente - abandono de los meta buscadores occidentales-, como garantía frente a posibles cancelaciones y por la imposibilidad de pagar con tarjetas emitidas en Rusia. Crece también la contratación de servicios complementarios en destino (reserva de excursiones, alquiler de coches, entradas de teatro...).
- El mercado se orienta a la **oferta Premium** para atender a esa parte de la demanda contenida con hábitos de consumo y perfil de alto gasto. Disminuye el periodo de antelación de la reserva.
- La **duración de los viajes** depende del segmento de demanda: el turista de segmento medio ahorra reduciendo la estancia mientras que el turista de alto poder adquisitivo tiende a alargar las vacaciones.
- Respecto a los destinos internacionales, **Turquía aumenta su liderazgo** por la falta de conexiones directas con destinos competidores y su **creciente importancia como hub** entre Rusia y el resto del mundo. Sin embargo, el **fuerte aumento del coste de los viajes a Turquía** y su efecto sobre los programas de verano, con menor presencia de destinos turcos e incorporación de destinos clásicos de invierno y de otros destinos menos conocidos. Cobran importancia relativa **nuevos destinos** que se abren al turismo ruso y a la programación chárter.
- La **demanda de viajes a Europa** para la temporada de verano 2023 está lejos de los niveles anteriores a la crisis, pero se mantiene el interés por los destinos europeos a pesar de todas las dificultades con la logística, la tramitación y obtención de los visados y otros aspectos para la organización del viaje, así como otras circunstancias⁹.

⁹ Existe una categoría de ciudadanos rusos a los que "no se les permite viajar al extranjero" debido a sus actividades profesionales - tienen acceso a los secretos de Estado; están en servicio civil militar o alternativo activo; son empleados del FSB de Rusia (Servicio Federal de Seguridad); pertenecen a ciertas categorías de

- **Perfil del turista ruso a Europa:** El viajero de clase económica ha dejado de viajar a Europa. Los turistas rusos que lo hacen tienen alto poder adquisitivo, reservan viajes de mayor duración, hoteles de alta gama y contratan servicios complementarios como coche con conductor, reservas en restaurantes top, etc.
- **Relajarse al sol en la playa** se mantiene como principal motivo de viaje tanto por lo que se refiere al mercado doméstico como internacional. Las visitas a familiares y amigos sigue siendo un motivo relevante de viaje.

Es difícil hacer previsiones sobre los flujos de turistas para la temporada de verano ya que la evolución del mercado está marcada por factores exógenos – situación geopolítica – que inciden en la logística turística tanto en Rusia como en el extranjero, pero que pueden variar y cambiar drásticamente todo el panorama.

Según los profesionales del sector, los rusos echan de menos los viajes internacionales y exploran la historia y la cultura de países extranjeros y sus atractivos naturales a la primera oportunidad. Por lo tanto, junto con la inversión en el turismo nacional, los profesionales del sector turístico ruso insisten en que es crucial continuar cooperando activamente con las oficinas de turismo de los países extranjeros, así como garantizar la restauración de las conexiones aéreas y ferroviarias internacionales que se vieron afectadas tras el inicio del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania en febrero de 2022.

17

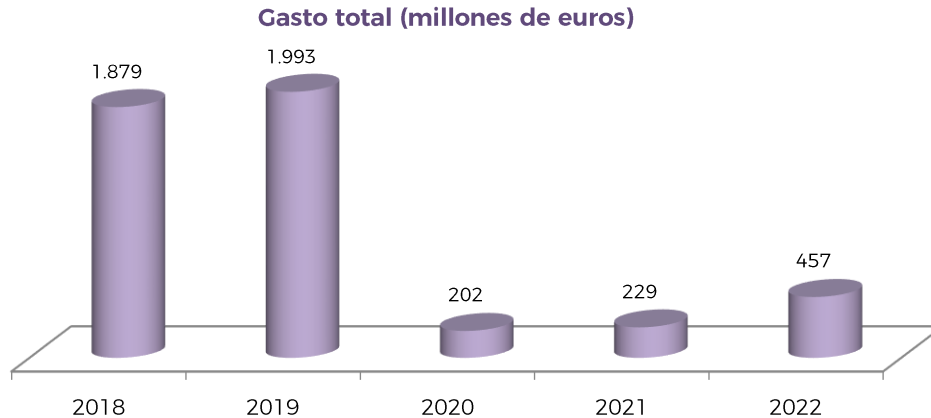
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Antes de la pandemia, tanto las entradas de turismo ruso como el gasto total y el gasto medio diario por turista mostraban una tendencia al alza, con incrementos año a año. En 2022, tras la apertura de fronteras y a pesar de lo adverso del contexto geopolítico, todos los indicadores de gasto muestran un incremento notable respecto a 2021, debido al aumento de entradas de rusos a España y por el incremento del coste del billete aéreo.

funcionarios del Estado, etc. – o son deudores con procedimientos en ejecución. Estos últimos tienen temporalmente restringido su derecho a viajar al extranjero. Según el Servicio Federal de Alguaciles de Rusia, a fecha del 1 de enero de 2023, se aplicaban restricciones temporales de salida a 8 millones de personas, alcanzado su máximo histórico. La dinámica general muestra un crecimiento continuo.





Fuente: Egatur

Según Egatur, el gasto medio por persona ascendió a 1.705€ superior al gasto medio por turista internacional a España, que ascendió a 1.216€. El gasto medio diario por turista ruso fue de 140€, y de 162€ en el caso del total del turismo internacional a España, lo que evidencia una estancia media mayor en el caso del turista ruso.

18

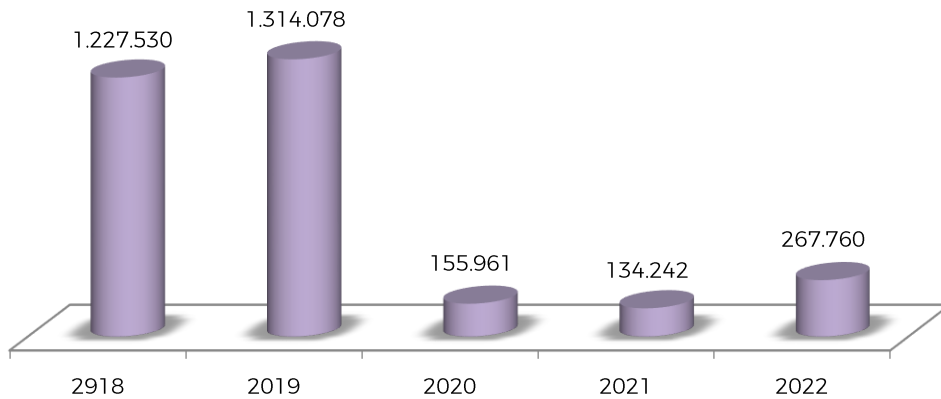
Según los datos del Banco de España para 2019, cuando el mercado estaba en condiciones normales, los ingresos por turista ruso ascendieron a 1.067 euros tan solo por detrás del turista estadounidense que con 1.081 euros por turista es el primer mercado por ingresos por turista en 2019.

Número de viajes a España

Antes de la pandemia, el turismo ruso hacia España mostraba un dinamismo notable tanto en entradas como en gasto turístico, con crecimientos anuales superiores al 6% en ambos casos. Con 1,3 millones de entradas el crecimiento fue en 2019 de +7,05% respecto al año anterior.

La cuota de entradas de turistas desde Rusia supuso en 2019 el 1,6%, muy alejado por volumen de los principales mercados emisores, británico y alemán, pero en el entorno de mercados como Noruega, Polonia, Austria o Dinamarca y muy por delante de Argentina, Brasil, Canadá, China, Finlandia, Japón o México, mercados que no superan el millón de entradas pero que, al igual que el ruso, sirven al objetivo de diversificación de mercados emisores reduciendo el riesgo de una excesiva dependencia de los mercados del norte de Europa.

Viajes a España



Fuente: Frontur

Por lo que se refiere a 2022, tal como se ha comentado, las perspectivas cambian con el inicio de la guerra y sus implicaciones, únicamente compensado por la flexibilización de los requisitos sanitarios de entrada a España para viajeros procedentes de países extracomunitarios publicado en el BOE de 21 de mayo.

19

De acuerdo con Frontur, 267.760 turistas rusos visitaron España en 2022, muy lejos de los 1,3 millones de 2019. La labor continuada de los consulados españoles en Rusia durante la pandemia y una vez eliminadas las restricciones de entrada COVID, da lugar a una “bolsa” de ciudadanos rusos con visado vigente para utilizar en el corto y medio plazo.

Por lo que se refiere al primer trimestre 2023, el número de turistas rusos a España se eleva a 77.994, casi un 88% superior al mismo periodo de 2022 marcado por el inicio de la guerra a finales de febrero y porque las restricciones de entrada por COVID19 no se suprimieron hasta finales de mayo.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Actualmente España no se encuentra entre los principales destinos turísticos para el turismo emisor ruso debido a varios factores entre los que destacan la **ausencia de conexiones directas** con Rusia - un vuelo a España requiere al menos una conexión vía Belgrado, Estambul, Marruecos o EAU -, el consiguiente **incremento de precios**¹⁰, la suspensión por parte de la UE del acuerdo de facilitación de visados a partir del 12

¹⁰ Un billete de ida y vuelta desde Rusia a España con Turkish Airlines en junio costaba unos 120.000 rublos rusos por persona (aproximadamente 1.360 euros a tipo de cambio de 88,04 rub/euro)

de septiembre de 2022, lo que demora y encarece la expedición de **visados** a Europa, y por último, las sanciones a bancos rusos afecta a los **medios de pago** de los turistas rusos que no pueden utilizar sus tarjetas de crédito fuera de Rusia. Todo ello unido a la **incertidumbre**, incide profundamente en el mercado turístico ruso.

Por todo ello, la cuota de destinos ha cambiado y España no está entre el top actual por las circunstancias descritas. El líder indiscutible en el número de viajes registrados para el turismo ruso en 2022 es Turquía, que está muy por delante de todos los demás competidores. Le siguen los Emiratos Árabes Unidos y Abjasia¹¹, luego Egipto y Tailandia.

País	Nº de viajes, 2022	Tasa de variación, año 2021	Tasa de variación, año 2019
Turquía	5.232.611	11,5%	-25,4%
EAU	1.208.518	97,2%	21,2%
Abjasia	1.150.000	-23%	4,5%
Egipto	947.122	-2,7%	689%
Tailandia	435.008	1316%	-70%
Las Maldivas	201.952	-8,38%	142%
Israel	159.900	233%	-52,5%
Serbia	123.425	95%	92,5%
R. Dominicana	95.936	-46,30%	-54%
Sri Lanka	91.272	440%	5,40%

Fuente: ATOR, estadísticas de turismo y departamentos de estadística de países extranjeros, y el Servicio de Guardia de Fronteras del FSB de la Federación Rusa.

20

¹¹ Abjasia desempeña un papel importante en el flujo de salida de la Federación de Rusia. En las estadísticas fronterizas rusas este estado parcialmente reconocido siempre puede presumir de un número verdaderamente alto de viajes (2019 - 4.8 millones, 2021 - 5.177 millones, 2022 - 5.433 millones). Si aislamos la cuota de Abjasia en el número total de viajes de rusos al extranjero (según los guardias fronterizos), entonces en 2022 esta cuota será un 10% absolutamente increíble, en 2021: 24,2%, y en 2022, 23,4%.

Sin embargo, estas cifras no se correlacionan en absoluto con los datos de la propia Abjasia. Si nos centramos en los datos del Ministerio de Turismo de este país, en 2019 fue visitado por 1,1 millones de turistas de la Federación Rusa, en 2021 - 1,5 millones, y en 2022 - 1,15 millones (aquí se tienen en cuenta los turistas en hoteles y viajes turísticos, incluidas las excursiones de un día). La proporción de visitas turísticas de rusos a Abjasia, en 2019, por lo tanto, ascendió al 2,3%, en 2021 - 7%, en 2022 - 4,9%

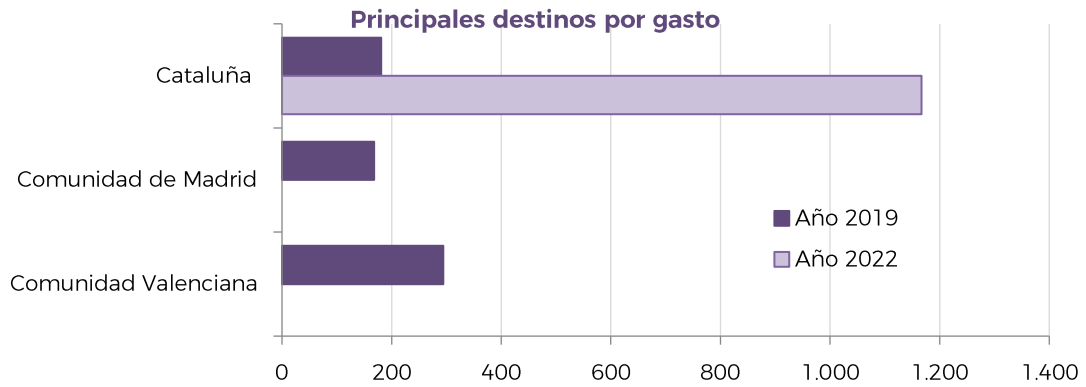
La razón de tales discrepancias a gran escala es que la mayor parte de todas las salidas registradas por los guardias fronterizos son constantes cruces fronterizos de péndulo por parte de los rusos desde el territorio fronterizo de Krasnodar y por los propios abjasios, que tienen pasaportes rusos. Y estas visitas no tienen nada que ver con el "flujo turístico".

En total, en 2022, 9,65 millones de rusos viajaron al TOP-10 destinos extranjeros, principalmente turísticos, y a Abjasia (41,5% del número total de viajes de rusos al extranjero).

Principales destinos en España

En 2022, el principal destino en España para rusos medido por el importe de gasto realizado en ellos (no por los turistas recibidos) fue Cataluña con 181 millones de euros gastados del total de 457 millones de euros.

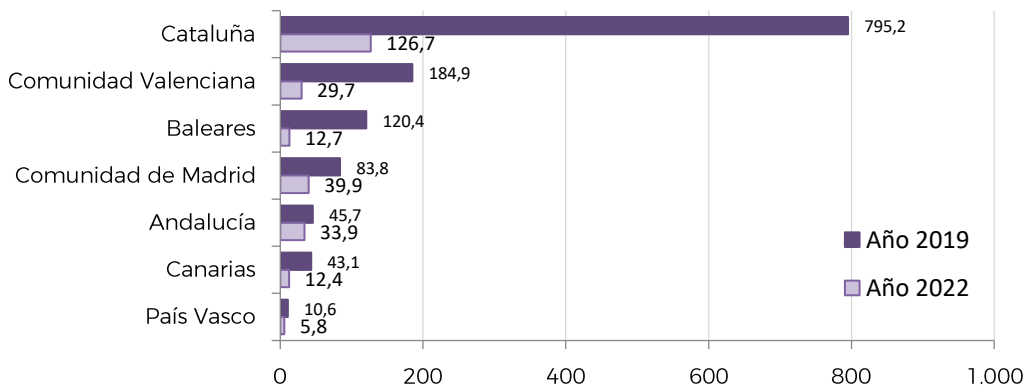
21



Fuente: Egatur

En cuanto a los destinos principales por turistas rusos recibidos, en 2022 Cataluña mantiene su liderazgo en comparación con el año 2019, seguida de la Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid, señal de la concentración del turismo ruso en unas pocas CCAA.

Principales destinos por número de turistas recibidos (en miles de personas)



Fuente: Frontur



Por el tipo de perfil del turista ruso de amante de la cultura, habría potencial para explorar otros destinos españoles en el interior, que no le son tan conocidos, si bien el idioma no deja de ser una barrera.

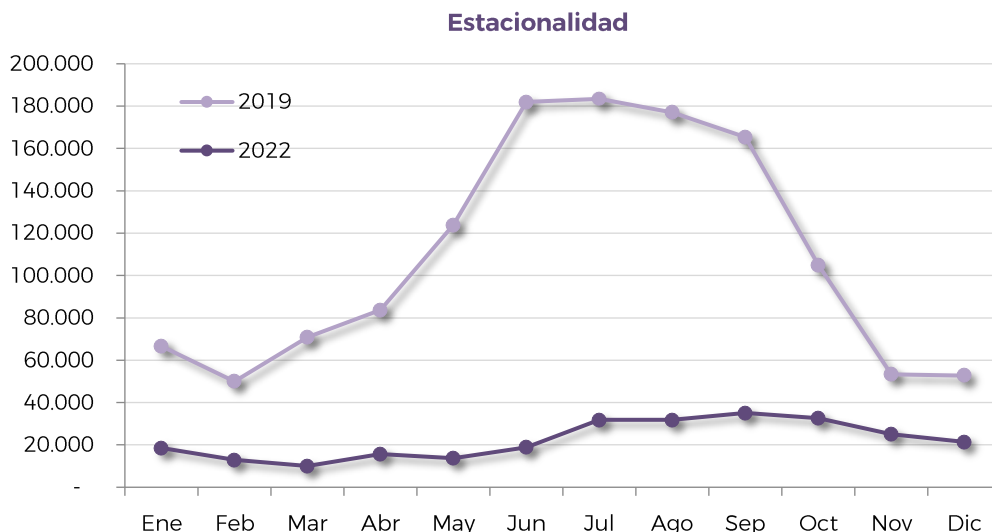
Organización del viaje y reserva

La organización del viaje y reserva sigue la tendencia general descrita anteriormente: la incertidumbre y los problemas derivados de las sanciones otorgan un mayor peso de los viajes organizados, de la contratación a través de operadores y agentes de viajes, y de las reservas last-minute. A todo ello se añade un creciente peso de la contratación a través de canales online.

El papel de las agencias minoristas que se mantienen en el mercado, se ha reforzado tanto para los operadores turísticos como para los turistas. A pesar del rápido desarrollo de los canales de venta directa online, las agencias siguen siendo un canal de ventas sólido debido al hecho de que para muchos viajeros resulta más sencillo y sobre todo seguro que la agencia organice la logística, contrate los servicios requeridos y realice los pagos.

La compra de servicios turísticos a través de canales online se populariza debido a la mayor confianza del consumidor, integridad de la información sobre los servicios, variedad de opciones para comparar, precio competitivo y alta velocidad de búsqueda.

Comportamiento viajero

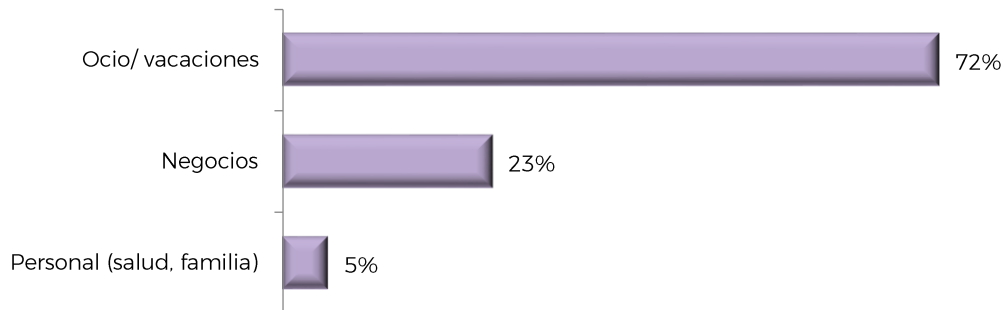


Fuente: Frontur



Debido a las circunstancias excepcionales que atraviesa el mercado ruso, la comparación de las curvas de estacionalidad 2019 y 2022 no es relevante a la hora de valorar el comportamiento del turista ruso en cuanto a su patrón de viaje a lo largo del año. Si acaso, queda clara la preferencia por los viajes en la temporada estival. Destacar no obstante la suavidad de la curva en el último año normal poniendo de manifiesto la afluencia sostenida a lo largo de los meses fuertes de verano, entre junio y septiembre, y suave ascenso y caída en los meses shoulder, abril y octubre, lo que permite concluir que el comportamiento del turista ruso en España contribuye a la desestacionalización y por tanto a la sostenibilidad económica y social del sector turístico español.

Motivación del viaje (%)



Fuente: Frontur

En cuanto a la motivación del viaje, ocio y vacaciones es la motivación prioritaria, lo cual explica asimismo la concentración del turismo ruso en los destinos vacacionales clásicos españoles.

De acuerdo con la información facilitada por los propios operadores turísticos, el turista ruso que sigue siendo fiel a España reserva estancias más largas preferentemente en hoteles de 4 o 5 estrellas, o en villas, debido a la mayor duración y coste del vuelo.

No disponemos de datos específicos sobre el coste de los viajes a España pero disponemos de los datos que nos trasladan los operadores turísticos rusos sobre el coste de viajes a Europa: el presupuesto promedio para un viaje semanal a un destino europeo para dos personas alojadas en un hotel económico de 3-4 * (desayunos incluidos), incluidos los vuelos a través de terceros países, será de 230-280 mil rublos (aprox. 2.800-3.400 euros). La mayor parte del coste, entre un 50-60%, corresponde a los billetes de avión. Destacar que el turista ruso a España se aloja preferentemente en hoteles de mayor categoría, por lo que el gasto promedio será superior en su caso.

Segmentación de la demanda

El viajero ruso por el tipo de comportamiento entraría dentro de estos segmentos:

- **SEGMENTO CULTO / CULTURA TOTAL**

A pesar de que se trata del segmento donde España tiene una menor penetración, es uno de los más grandes en tamaño para los destinos urbanos. Debido a su elevado gasto medio diario, motivaciones culturales y a la relevancia que tienen los mercados lejanos en su composición, es un target fundamental para el desarrollo de estrategias de atracción y fidelización.

- **MOTIVACION DEL VIAJE:**

- Aprovechar el viaje para conocer varios destinos, con un itinerario preparado, sin improvisación.
- Conocer el patrimonio histórico y cultural de los lugares que visitan, con la finalidad de ampliar su conocimiento, inmortalizar momentos y compartirlo con su red
- Aprovechar los momentos tras realizar sus visitas para pasear por la ciudad y descubrir los lugares “must see”.

- **SEGMENTO SUMA / SHOPPING, URBANO, MODERNO Y ABIERTO**

A pesar de tratarse de un segmento de tamaño reducido, supone un gran atractivo para las ciudades urbanas debido a su carácter cosmopolita y las motivaciones de compras, ocio y lujo por las que viaja. Se trata de un perfil de turista de gasto alto, dispuesto a contratar un alojamiento de categoría superior y que contribuye al marketing de prescripción debido a su gran nivel de actividad en destino para posteriormente compartirlo en los canales digitales.

- **MOTIVACION DEL VIAJE:**

- Descubrir destinos urbanos, explorando los principales atractivos turísticos del lugar: parques, museos y lugares céntricos concurridos
- Aprovechar su alto poder económico para contratar servicios de alto valor: desde un alojamiento céntrico y de categoría superior, hasta la visita a tiendas de lujo.
- Vivir una experiencia sin descanso, realizando visitas y consumiendo la oferta de moda a lo largo de toda su estancia.

- **SEGMENTO M&M / MÁS QUE MAR**

Alineado con la estrategia de desarrollo de producto de las distintas CCAA, se trata de un turista que a pesar de visitar lugares de costa, lo hace por motivaciones vinculadas a su cultura y descubrimiento, con reducido interés en sus playas. A pesar de tratarse de un perfil estratégico para el fomento de actividades complementarias en zonas de costa, es el segmento con menor tamaño y donde España cuenta con una penetración inferior al resto de segmentos.

- **MOTIVACION DEL VIAJE:**

- Explorar rincones del lugar con la finalidad de ampliar el conocimiento del destino.
- Realizar una inmersión en la cultura local.
- Descubrir lugares mágicos y con encanto histórico y paisajístico.
- Sorprenderse con aspectos desconocidos del destino.

25

El mercado se orienta a la **oferta Premium** para atender a esa parte de la demanda contenida con hábitos de consumo y perfil de alto gasto en destinos de playa, donde los turistas con alto poder adquisitivo pueden alargar su estancia por vacaciones.

Perfil del viajero

Los turistas rusos que tienen previsto pasar unas vacaciones en España son de alto poder adquisitivo, parejas o familias con niños, que reservan viajes de mayor duración, hoteles de alta gama y contratan servicios complementarios como coche con conductor, reservas en restaurantes top, etc.

Productos turísticos demandados

El turista ruso a España elige prioritariamente vacaciones en destinos de costa, en especial destinos en Costa Brava, Costa Dorada, Mallorca y Costa Blanca. También son muy populares los City tours a Barcelona, Madrid, Valencia y Alicante.

Los rusos reservan servicios terrestres - alojamiento en hotel, alojamiento + traslado, excursiones, reservas en restaurantes TOP, entre otros - y debido a las circunstancias excepcionales, gana peso la contratación de servicios "todo incluido".

Conclusiones y tendencias

Hasta 2019, el mercado ruso hacia España no dejó de crecer tanto en entrada de turistas como en gasto turístico. Por encima del millón de turistas en 2019, el mercado ruso contribuía a la diversificación de mercados emisores y a rebajar la excesiva dependencia de los mercados del norte de Europa.

Asimismo, los hábitos de consumo del turista ruso – alta estancia media, preferencia por alojamiento de mercado, alto gasto – hacen del ruso un turista muy rentable. Considerando que no presenta un comportamiento estacional excesivamente acusado, resulta en conjunto un perfil de turista que contribuye a la sostenibilidad económica y social del destino, mejorable, eso sí, por lo que se refiere a la alta concentración en determinados destinos españoles.

Al igual que otros mercados emisores, los ejercicios 2020 y 2021 quedaron marcados por la pandemia y en el caso concreto del mercado ruso, por el mantenimiento de restricciones de entrada a Europa al no reconocerse los certificados de vacunación rusos.

26

El levantamiento a terceros países de las restricciones COVID de entrada publicada por las autoridades españolas el 21 de mayo de 2022, elimina una importante barrera para el flujo turístico desde el emisor ruso pero en estos momentos, el contexto bélico y todas sus implicaciones – cierre del espacio aéreo entre Rusia y Europa, efecto de las sanciones en la movilidad de los rusos, incremento de precios e incertidumbre - es lo que marca las posibilidades de desarrollo del mercado en un escenario inédito que afronta retos desconocidos hasta el momento.

De acuerdo con Frontur, 267.760 turistas rusos visitaron España en 2022, muy lejos de los 1,3 millones de 2019. El gasto medio por persona ascendió a 1.705€, superior al gasto medio por turista internacional a España, que ascendió a 1.216€. El gasto medio diario por turista ruso fue de 140€ frente a 162€ en el caso del turista internacional a España, lo que evidencia una estancia media mayor en el caso del turista ruso.

La labor continuada de los consulados españoles en Rusia durante la pandemia y una vez eliminadas las restricciones de entrada COVID, da lugar a una “bolsa” de ciudadanos rusos con visado vigente, que pueden utilizar en el corto y medio plazo.

Este nuevo escenario requiere un replanteamiento de la estrategia a seguir en este mercado, identificando los retos pero también las fortalezas y oportunidades de un destino como el nuestro que mantiene un enorme atractivo como destino vacacional



- como demuestra el incremento de solicitudes de visados en los consulados españoles en Rusia y de las reservas a turoperadores desde que tuvo lugar la apertura de fronteras.

España mantiene además una excelente imagen de marca y ofrece innegables atractivos para un nuevo perfil de demanda más joven, más digital y con mayor propensión a viajar, con interés por la cultura, la gastronomía y la aventura, y que constituyen una oportunidad para la diversificación de destinos en un mercado tradicionalmente concentrado en determinadas CCAA. Sin duda, este sería un nuevo perfil de demanda objetivo a impactar una vez se den las condiciones para reactivar la promoción en ese mercado.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

27

Análisis de la competencia

Los problemas asociados a la conectividad mencionados al principio del informe tienen dos efectos principales: en primer lugar, impulsa el mercado nacional, ya que las aerolíneas rusas se centran en el mercado doméstico y, en segundo lugar, fuerza a un cambio del mapa de los destinos turísticos internacionales, ya que las aerolíneas rusas sólo vuelan allí donde no exista riesgo de que confisquen sus aeronaves.

En este sentido, la **conectividad directa** entre Rusia y occidente ha desaparecido por completo – salvo el caso de Serbia, - si bien, la conectividad con destinos exteriores fuera de ese ámbito, se mantiene a través de aerolíneas extranjeras y también nacionales, incidiendo en la operativa de los aeropuertos rusos que, como ha puesto de manifiesto un reciente informe del Consejo de aeropuertos internacionales de Europa (ACI Europe), no ha dejado de crecer¹².

¹² La flota de aeronaves comerciales rusas se limita actualmente a 186 aviones que vuelan a 22 destinos extranjeros en el mundo (Fte: ATOR). Los analistas de la industria de la aviación están de acuerdo en afirmar que el gran problema que afecta la conectividad internacional es la disponibilidad de aviones en las flotas rusas. La aerolíneas rusas no están dispuestas a reorganizar las rutas fletadas con aviones de ancho fuselaje a destinos populares como Turquía, Egipto o Tailandia, para asignarlos a destinos nuevos y menos predecibles en términos de demanda. Por lo que se refiere a aerolíneas extranjeras, de acuerdo con datos de OAG, se ha producido un incremento de capacidades en aerolíneas que aprovechan la situación como una oportunidad para aumentar su presencia en un mercado de alta rentabilidad. El TOP-5 por crecimiento de capacidades vs 2019 lo componen Egyptair (456%), Flydubai (287,5%), Turkish Airlines

A fecha de redacción del informe, desde Rusia hay vuelos directos a 35 países: Afganistán, Argelia, Armenia, Azerbaiyán, Bahréin, Bielorrusia, China, Cuba, EAU, Egipto, Etiopía, Georgia, India, Irak, Irán, Israel, Kazajstán, Kirguistán, Kuwait, Maldivas, Marruecos, Mongolia, Omán, Qatar, Serbia, Seychelles, Sri Lanka, Tailandia, Tayikistán, Túnez, Turkmenistán, Turquía, Uzbekistán, Venezuela y Vietnam.

Por lo que se refiere a los **destinos europeos**, a pesar del cierre del espacio aéreo europeo para aviones rusos, el sector no renuncia a programar viajes a destinos europeos populares antes de la crisis. Está por ver, sin embargo, la respuesta del mercado dada la debilidad actual del rublo y las limitaciones en la emisión de visados Schengen.

Un buen ejemplo de ello es el programa del turoperador FUN & SUN a **Chipre** operado por Jazeera Airways desde el 29 de abril con conexión de 2-3 horas en Kuwait. El turoperador tiene la posibilidad de organizar programas de vuelo a otros destinos europeos con escala en Kuwait.

28

La aerolínea turca Pegasus Airlines inicia vuelos desde Estambul a las **Islas griegas** de Rodas y Lesbos a partir del 1 de junio, con posibilidad de conectar con el vuelo diario procedente de Moscú. Por su parte, el operador turístico PEGAS Touristik ha puesto a la venta viajes desde Moscú a la isla de Creta con un aterrizaje técnico en Antalya en los vuelos de Southwind Airlines. A finales de mayo comienzan los programas desde San Petersburgo, Perm y Ekaterimburgo. Aprovechando la excelente conexión con Moscú, PAC Group anunció programas a Tesalónica y Rodas en los vuelos de Aegean Airlines con la ruta Ereván - Tesalónica - Ereván entre el 15 de junio y el 14 de septiembre y Ereván - Rodas - Ereván entre el 5 de julio hasta el 30 de agosto.

Aumenta el interés por **Montenegro** - destino sin visados para los turistas rusos -, **Croacia** (cadena hotelera Plava Laguna, por ejemplo) y **Hungría**, si bien el coste del vuelo de conexión no está ayudando a reavivar la gran demanda de viajes a Budapest ni acompaña el esfuerzo del consulado húngaro, que emite visados regularmente.

Un factor que afecta al mercado este verano es el **fuerte aumento del coste de los viajes a Turquía** y su efecto sobre los programas de verano, con menor presencia de

(203%), Air Company SCAT (189%) y Air Arabia (174%); Pegasus Airlines, Air Serbia, Etihad Airways, Emirates y Uzbekistán Airways también crecen y evidencian el cambio radical en el mercado aéreo ruso.



destinos turcos e incorporación de destinos clásicos de invierno y de otros destinos menos conocidos.

Como consecuencia del alza desproporcionada de precios en **Turquía**, los turistas rusos buscan otros destinos alternativos a los que sea menos costoso viajar. Destinos clásicos de "invierno" como **Tailandia, Sri Lanka, Maldivas, Egipto o Emiratos Árabes Unidos** compiten ahora con Turquía por el turista ruso de verano, con una oferta similar y precios más competitivos. Destinos como Sri Lanka están de hecho incrementando la conectividad Moscú-Colombo a 21 vuelos por semana, lo que significa 7 frecuencias más que las actuales.

Túnez es otro destino que resulta beneficiado como destino alternativo a Turquía: es más barato, dispone de una buena base hotelera, playas excelentes y el vuelo dura en torno a 4 horas. Los operadores rusos han anunciado vuelos desde Moscú y San Petersburgo a Monastir con la compañía aérea Nouvelair, para la cual el espacio aéreo europeo está abierto. Aeroflot iba a volar a Túnez este verano pero desistió debido a la larga duración del vuelo y el alto coste derivado.

29

También en el **norte de África**, Royal Air Maroc reanuda la ruta directa **Casablanca - Moscú** a partir del 2 de mayo. Destacar que la compañía aérea permitirá a los viajeros rusos pagar los billetes de avión con tarjetas de crédito emitidas en Rusia.

Oriente Medio es otra zona que incrementa la conectividad con Rusia. Además de EAU, los operadores turísticos esperan la apertura de vuelos directos a Arabia Saudita a finales de verano/principios de otoño de 2023 desde Moscú y alguna de las ciudades del Norte del Cáucaso, dirigido a captar peregrinos, que suponen un gran flujo de viajeros a ese país. La ruta sirve asimismo a pasajeros de tránsito hacia países del sudeste asiático.

Etihad Airways, con sede en Abu Dhabi, planea expandir su red de vuelos de Rusia durante la próxima temporada de invierno: la aerolínea ha comenzado la venta de vuelos para una nueva ruta a San Petersburgo, que operará tres veces por semana a partir del 29 de octubre de 2023, sirviendo como segundo destino de Etihad en Rusia, además de sus vuelos diarios existentes a Moscú. Etihad es una de las alrededor de 50 aerolíneas internacionales que continúan volando a Rusia junto con otras aerolíneas con sede en los Emiratos Árabes Unidos: Air Arabia, Air Arabia Abu Dhabi, Emirates Airline y flydubai. En total, en la actualidad hay alrededor de 78,600 asientos semanales

entre los Emiratos Árabes Unidos y Rusia, lo que marca un aumento del 175% en la misma semana en 2019 antes de la pandemia¹³.

Los datos proporcionados por OAG Schedules Analyser muestran que ya en agosto de 2021, Conviasa comenzó a servir la ruta **Rusia-Venezuela** sin escalas, ofreciendo vuelos cada dos semanas. La aerolínea rusa Nord Wind también proporciona una conexión directa, que une Moscú Sheremetyevo (SVO) y la ciudad portuaria de Porlamar, Venezuela (PMV). Entre **Rusia y Cuba**, Nord Wind ofrece vuelos a Cayo Coco, una isla al norte de Cuba continental, y VRA desde SVO, mientras que Cubana de Aviación opera en el mercado Cuba-Venezuela a PMV desde HAV, Santiago de Cuba y Holguín, así como La Habana-Caracas.

Los turoperadores Tez Tour, Vand e Intourist reanudan las ventas a **Líbano** con escala en Estambul o el Cairo, y operadores turísticos iraníes han contratado vuelos chárter **Teherán-San Petersburgo** a la aerolínea Mahan desde mayo a finales de agosto con posible extensión del programa en invierno. Por su parte, el turoperador PAKS ha lanzado su nuevo programa de 10 noches a **Vietnam**, entre mayo y octubre, con Uzbekistán Airways operando la ruta Moscú - Tashkent - NhaTrang.

La apertura de **China** es una de las grandes novedades si bien aún no puede hablarse de turismo propiamente dicho, limitándose a viajes de negocios o viajes con fines no turísticos.

La gran conclusión es que lejos de desaparecer, la demanda de turistas rusos a destinos internacionales existe a pesar de todas las barreras existentes y el efecto principal, es que el repertorio y el peso de los destinos cambia radicalmente.

Posicionamiento e imagen de España

El año pasado, los consulados españoles en Moscú y San Petersburgo emitieron alrededor de 155.000 visados Schengen a turistas rusos. En Moscú, el Consulado emitió casi 144.000 visas a rusos y denegó el 5,2% de las solicitudes.

¹³ Etihad es el quinto mayor proveedor de capacidad con una cuota de mercado del 5,2%, detrás de flydubai con un 38,3%, Emirates con un 31%, Air Arabia con un 14,3% y Aeroflot con un 6,8%.

Según los expertos rusos, la política de visados relativamente “leal” de los consulados españoles benefició al mercado turístico y la imagen de España: la demanda de viajes a España aumentó un 35-50% respecto al año pasado.

Hasta el inicio de la guerra, España, con una excelente imagen de marca desde el punto de vista turístico, cultural y gastronómico entre el público ruso, contaba con potencial no sólo para recuperar cuota sino para crecer ampliando el público objetivo a un perfil de demanda más joven, más digital y con mayor propensión a viajar, con interés por la cultura, la gastronomía y la aventura. Las nuevas generaciones eran asimismo una oportunidad para la diversificación de destinos en este mercado, tradicionalmente concentrado en determinadas CCAA.

Conectividad aérea con España

Debido al cierre del espacio aéreo, actualmente no hay vuelos directos a España desde Rusia.

31

Las opciones más convenientes para volar a España desde Rusia son vía Estambul con Turkish Airlines, vía Abu Dabi con Etihad Airways o Dubai con Emirates, a través de Belgrado con Air Serbia, vía Casablanca con Air Maroc o vía Bakú con Azerbaijan Airlines (AZAL).

En general, los vuelos a Europa pueden ser tanto a través de Turquía, los Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Serbia, como a través de Armenia, Azerbaiyán, Kazajstán y otros países.

Tramitación de documentos de viaje

El mapa de destinos en el mercado ruso ha cambiado mucho pero tal como se comentó anteriormente, el sector no renuncia a programar viajes a destinos europeos populares antes de la crisis.

En este momento, las barreras principales son la debilidad actual del rublo, que incide aún más en el coste del vuelo con conexión, y la mayor demora y coste de los visados a Europa como consecuencia de la suspensión del acuerdo de facilitación de visados por parte de la UE.

A pesar de las dificultades con los visados y las altas tarifas aéreas, muchos turistas rusos planean este año unas vacaciones de verano en Europa. Los países europeos más



populares son Francia, Italia y España. En total, en 2022 los países Schengen expidieron casi 604.000 visados a rusos.

Por lo que respecta a los viajes a España, nuestro país ha sido el que ha emitido más visados Schengen a rusos en 2022, casi 155 mil visados, lo que, según la asociación de turoperadores rusos ATOR, impulsó la demanda de viajes a nuestros destinos por encima del 35%. A España le siguen Italia, Finlandia, Grecia y Alemania.

Así, del listado de países que actualmente expiden visados Schengen con fines turísticos, los consulados más leales en Moscú en 2022 fueron los de España (tasa de denegación de sólo el 5,2%), Islandia (6,2%), Francia (8,1%), Suiza (10,2%), Italia (11,6%) y Hungría (12,1%).

El año pasado, los ingresos de BLS International, empresa que presta servicios a la Embajada de España y gestiona su Centro de visados, aumentaron casi dos veces y media: en 2021 habían facturado 99 millones de rublos, mientras que el año pasado fueron 262 millones de rublos (3 millones de euros aprox.¹⁴).

32

El aumento de la facturación se debe a una serie de factores, explica Dmitri Gorin, vicepresidente de la Unión Rusa de la Industria de Turismo, entre ellos, una mayor demanda de visados y de servicios VIP. La tasa de expedición de un visado Schengen aumentó de 30 a 80 euros desde septiembre del año pasado, más la tarifa por el servicio de la empresa intermediaria, que es diferente en cada centro de visados. Además, después de que diez de los 27 países Schengen dejaran de expedir visados a los ciudadanos rusos y varios prohibieran la entrada a su territorio a rusos con visados turísticos¹⁵, las solicitudes se redirigieron a otros.

Tramitar un visado Schengen para España puede llevar en torno a 3 semanas desde la fecha de presentación de la documentación requerida, aunque no es fácil encontrar citas disponibles en los Centros de visados de España.

¹⁴ El tipo de cambio nominal medio del euro frente al rublo en 2022 fue de 70,86 rub/euro, frente a los 87,16 rub/euro de 2021.

¹⁵ Los ciudadanos rusos tienen prohibido entrar con fines turísticos en Letonia, Lituania, Polonia, Finlandia, la República Checa y Estonia. Los Países Bajos, Bélgica, Dinamarca y Eslovaquia no emiten visados Schengen a los rusos.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Las perspectivas a medio plazo dependen de lo que se alargue el conflicto bélico y de la profundidad del efecto de las sanciones en la economía y en la sociedad rusa.

A día de hoy, la incertidumbre respecto al término de la intervención militar no permite anticipar el momento en que se podrá iniciar una progresiva y gradual desescalada de las sanciones impuestas a Rusia, creando las condiciones que permitan empezar a sentar las bases para la normalización y recuperación del tráfico turístico con occidente.

De momento, parece que las sanciones no han tenido el efecto devastador previsto en la economía rusa debido a las contramedidas tomadas por las autoridades económicas de la federación, si bien habrá que estar atentos a la evolución de indicadores en el segundo semestre del año.

33

En cualquier caso, el sector turístico se ha visto fuertemente impactado en varios frentes. En primer lugar, las sanciones de constructores y lessors ha supuesto en la práctica el desmantelamiento de la flota aérea rusa que tardará en recuperarse. En segundo lugar el bloqueo del espacio aéreo europeo a las aerolíneas rusas y viceversa, supone la ruptura de la conectividad directa entre ambos, resultando en viajes más largos, incómodos y más caros.

El escenario se complica con la entrada en el mercado de nuevos destinos que compiten por ganar cuota de la demanda contenida de alta capacidad de gasto. Destinos como Turquía, Egipto y los EUA han sabido posicionarse y están sacando ventaja de la situación.

En el contexto post-bélico cobrará mayor importancia el objetivo de captar a las nuevas generaciones de rusos cuya visión del mundo es muy diferente a la de sus mayores, y que guardan muchas similitudes con las nuevas generaciones del mundo occidental. Conocer cómo son y qué les mueve va a ser clave para reposicionar nuestra marca y en último término, recuperar los flujos turísticos.

Cara a esa recuperación en el medio plazo, es imprescindible mantener los lazos con el sector de intermediación, estar al día de las tendencias y nuevos actores del mercado, analizar características, comportamiento e intereses de nuevos perfiles de demanda objetivo, identificar segmentos de mercado que pueda atender un destino como España, monitorizar el sentimiento hacia nuestra marca y verificar que sigue siendo

positivo y mantiene su fortaleza, trabajar en una política de visados activa que esté atenta a las tendencias que puedan constituir oportunidades para atraer turismo de calidad que contribuya a la sostenibilidad del destino; en definitiva, sentar las bases de la estrategia que nos permita estar en disposición de competir por recuperar y crecer en este mercado cuando se den las condiciones para ello.

Características clave del mercado

El escenario macroeconómico de Rusia refleja un impacto de las sanciones en la economía menor de lo esperado, poniendo de manifiesto la capacidad de la economía rusa de adaptarse a las restricciones externas en respuesta a la invasión.

De la misma forma, el mercado emisor ruso muestra una gran resiliencia y capacidad de adaptación a las circunstancias adversas que impactan al sector turístico y que limitan su desarrollo y crecimiento.

34

La demanda sigue existiendo si bien el catálogo de destinos ofrecidos por los operadores turísticos muestra un repertorio bien distinto al previo a la invasión: entre los destinos competidores, Turquía mantiene un fuerte liderazgo, así como EUA, Egipto y destinos del sudeste asiático; Europa sigue siendo un destino aspiracional pero tanto la demanda como la oferta está muy limitada.

Previsiones a medio plazo

Por lo que respecta a España, una vez levantadas las restricciones COVID de entrada, los flujos de turistas rusos se han reactivado pero la recuperación está lastrada por el escenario geopolítico y las sanciones. Antes de la pandemia, el mercado ruso era líder en **ingresos por turista** únicamente por detrás del mercado de EEUU y muy por delante de otros mercados con mayor volumen de turistas.

Por ello, la **recuperación del mercado y del sentimiento hacia la marca España**, ha de ser un objetivo prioritario una vez se puedan retomar los flujos turísticos.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

La labor continuada de los consulados españoles en Rusia durante la pandemia y una vez eliminadas las restricciones de entrada COVID, da lugar a una “bolsa” de ciudadanos rusos con visado vigente que pueden utilizar en el corto y medio plazo.

Nuestro país ha sido el que ha emitido más visados Schengen a rusos en 2022, casi 155 mil visados, lo que, según la asociación de turoperadores rusos ATOR, impulsó la demanda de viajes a nuestros destinos por encima del 35%. Según los expertos, la política de visados relativamente leal de los consulados españoles benefició al mercado turístico y la imagen de España.

La actuación de los consulados españoles en Rusia es clave para mantener un sentimiento positivo hacia la marca país como también lo es la **relación permanente y continuada de la OET con el sector profesional ruso**, elemento diferencial y nuclear de la acción de la red de oficinas, y mantener el seguimiento y análisis del comportamiento y tendencias del mercado.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 