

El Gobierno ha gastado cerca de 20 millones en obras y muebles en las sedes de seis ministerios. Empleo, Economía, Fomento, Asuntos Exteriores, Educación y Agricultura se renovarán.

TURISMO ■ DIFÍCILMENTE ESTE MERCADO PODRÁ MANTENER EL DINAMISMO DE LOS AÑOS ANTERIORES

Las visitas de turistas rusos podrían caer hasta un 40% este año

Las reservas para la temporada de verano se han reducido a la mitad, y se prevé que seguirán a la baja de cara a otoño

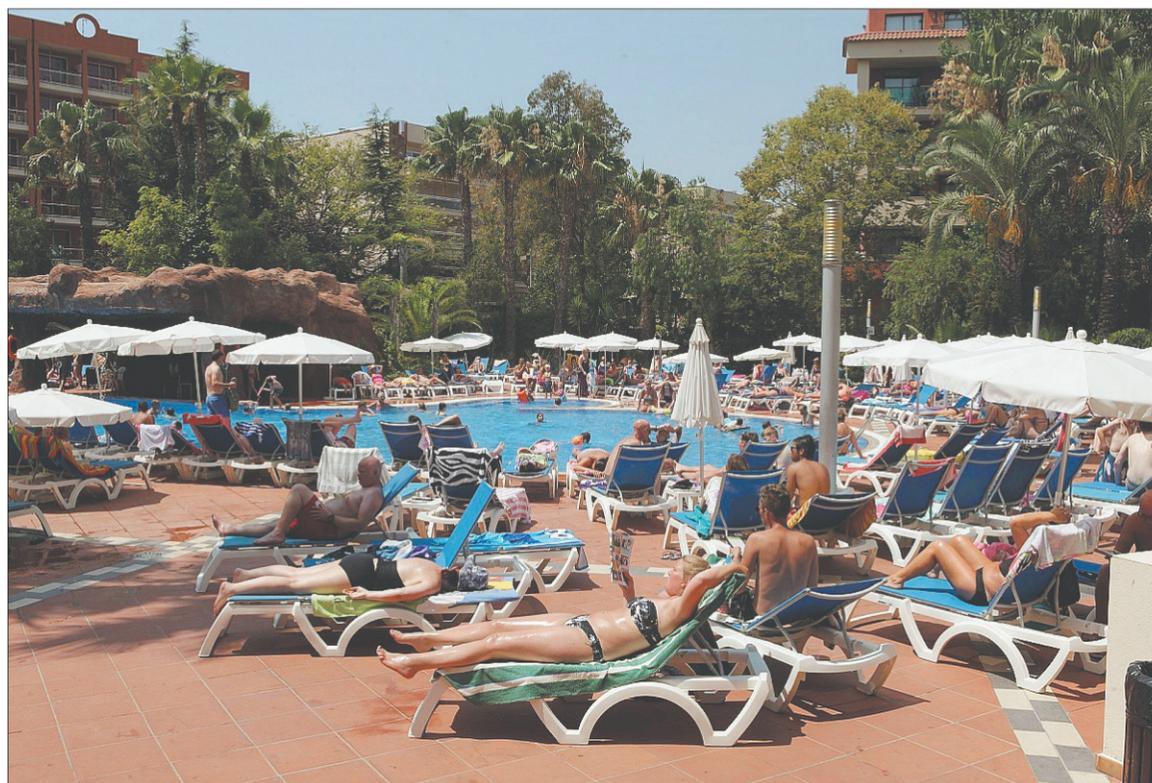
EUROPA PRESS

La demanda de turistas rusos en España podría contraerse entre un 35% y un 40% en 2014, tras reducirse a la mitad las reservas previstas para la temporada de verano.

Tras experimentar la mayor bajada en el mes de mayo, las agencias de viaje especializadas en este segmento prevén que el descenso se extienda a los meses de septiembre y octubre, con retrocesos en torno al 15%, según avanzó el director comercial de Tez Tours en España, Eugenio Basieliev.

Desde Ntincoming, sin embargo, apuntan a una caída menos acusada entre el 15% y el 20% del mercado ruso, por una reducción de la estancia media y el gasto medio de estos turistas.

La depreciación del rublo y los crecientes conflictos en Ucrania han sido los principales causantes de este prolongado descenso. A ello se unen las recomendaciones del Gobierno ruso a los funcionarios del país para pasar sus vacaciones en el propio país, en Sochi, y no viajar al extranjero.



Los hoteleros han tenido que lanzar ofertas para ser más atractivos. FOTO: DT

Estos factores unidos a los altos ritmos de crecimiento de este segmento en los últimos años, multiplicando por cuatro el número de llegadas, «va a hacer muy difícil que este mercado mantenga el dinamismo pasado», según la Subdirección General de Conocimientos y Estudios Turísticos (IET).

De hecho, las compras globales de estos turistas en tiendas libres de impuestos han sufrido un descenso del 20%, según refleja un estudio de Global Blue. En España, las ventas de excursio-

nes a turistas rusos se han reducido cerca de un 25%, en mayor proporción que las compras.

En 2013 llegaron a España 1,58 millones de turistas rusos, un 31,6% más que en 2012, con una cuota de mercado del 2,6%, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (FronTur).

Los destinos favoritos fueron Catalunya (61,8%), Islas Canarias (12,2%), Islas Baleares (8,4%) y Comunidad Valenciana (7,5%).

El gasto medio del turista ruso en España ha crecido de ma-

nera sostenida durante los últimos años, alcanzando los 1.487 euros en 2013, una de las cifras más elevadas entre los principales mercados españoles.

Según la Agencia Federal de Turismo de Rusia, España ocupó en 2013 el sexto puesto en la lista de los 50 destinos populares de los rusos, con una cuota de mercado del 6,2%.

Reajuste de la oferta

Así las cosas, la reducción del presupuesto también incidirá a la hora de elegir destino en Espa-

ña. En el caso de Catalunya, lugar elegido por el 61,8% de los rusos, se espera que haya mayor afluencia en la Costa Brava que en la Costa Daurada, por una cuestión de «precio», explicó el director de este área en Ntincoming, Jordi Matas.

«Catalunya será seguramente la comunidad autónoma más afectada en números absolutos a pesar de ser el destino predi-

Catalunya será la comunidad más afectada ya que es receptora del 61,8% de los visitantes

lecto, aunque todavía quedan pendientes plazas por llenar», pronosticó.

Y es que los agentes del sector han tenido que «realizar esfuerzos» a la hora de lanzar ofertas y abaratar sus precios para competir con otros destinos como Turquía y Egipto, con cifras de turismo ruso superiores. En esta línea, la pérdida de turistas rusos puede afectar al sector hotelero al no verse compensados con la llegada de viajeros de otros mercados.

Aunque los empresarios aseguran que todavía queda oferta por vender, los touroperadores ya prevén reducciones en el número de asientos de avión contratados para el año que viene.

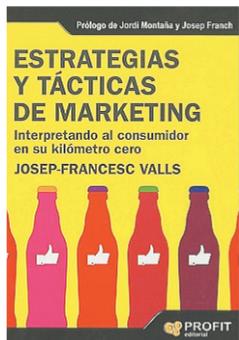
Libros

Estrategias y tácticas de marketing

Autor: Josep- Francesc Valls

Editorial: Profit

■ El consumidor ya puede ser abordado en su kilómetro cero. Directamente, sobre todo de forma internáutica. Co-crear con él. Construir conjuntamente la propuesta de valor. Ajustarla al precio que desea pagar en cada momento, al canal y al tiempo. Esta es la gran revolución

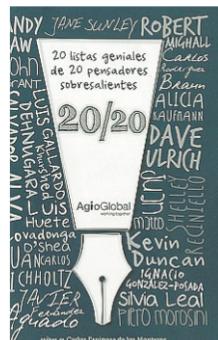


del marketing interactivo y social que ya resulta posible ahora frente a otros enfoques más indirectos del pasado.

20 listas geniales de 20 pensadores

Editorial: LID editorial

■ 'Si piensas que predecir el futuro es difícil, intenta ignorarlo'. 'Es tan importante y útil saber cuáles son tus ideas como aquello que no va contigo'. 'En los negocios, como en la guerra, lo más sencillo es casi siempre lo más complicado'. 'La suerte suele acompañar a aquellos que andan buscándola, a los que tienen valor pero, sobre todo, a quienes trabajan y se esfuerzan en un



proyecto'. Son algunas de las 20 ideas de algunos de los pensadores internacionales más influyentes del mundo empresarial.

La Semilla

Autor: Jon Gordon

Editorial: EmpresaActiva

■ Existe la equivocada percepción de que para vivir una vida que tenga sentido tienes que dejar tu trabajo y resolver el hambre en el mundo, dar cobijo a los sin techo, iniciar una fundación en África o promover la paz por todos lados. Aunque todas son ellas son causas nobles quedan lejos de la mayoría de los mor-



tales, y el sentido de nuestras vidas se puede encontrar perfectamente aquí y ahora en cualquier trabajo.