

## HISTORIA DEL TURISMO EN RUSIA HISTORY OF TOURISM IN RUSSIA

YULIA PROKOPENKO<sup>1</sup>

*Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.*

TOMÁS MAZÓN<sup>2</sup>

*Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza de la Universidad de Alicante.*

*Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.*

### RESUMEN

En este artículo se hace un repaso por lo que ha sido la historia del turismo en Rusia. Nos remontamos a una etapa inicial en la que turismo está protagonizado, al igual que sucedía en la Europa occidental por viajeros en busca de formación, conocimientos científicos y geográficos, así como por motivos de salud y de peregrinajes religiosos. Posteriormente, estudiamos cómo fue el turismo en la Unión Soviética; se abrieron oficinas turísticas en fábricas, clubes y en los cuarteles del ejército rojo; son tiempos en los que los bolcheviques politizan el turismo y lo utilizan como herramienta ideológica para sus intereses. Se concluye en el periodo actual en el que se ha cambiado el escenario turístico en Rusia, con un desarrollo muy significativo, cobrando mayor peso específico en el turismo internacional y con una gran valoración por su capacidad de gasto.

**Palabras clave:** el turista ruso, turismo soviético, turismo en Rusia, política turística rusa, turismo y compras.

### ABSTRACT

This article is a revision of history of tourism in Russia. We go back to initial time when people traveled with purpose of search of scientific and geographical information, as it was happened in the

---

Fecha de Recepción: 11 de marzo de 2014 Fecha de Aceptación: 25 de mayo de 2014

<sup>1</sup> Doctoranda en Turismo. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante. E-mail: [jul1511@hotmail.com](mailto:jul1511@hotmail.com)

<sup>2</sup> Dr. D. Tomás Mazón. Prof. titular de Sociología del Turismo y Director de la Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza de la Universidad de Alicante.

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.

*Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 9 (Enero-Junio 2014) pp. 27-44*

ISSN: 2172-8690

Western Europe, as well as health travels and religious pilgrimage. Then we analyze how was the tourism in the Soviet Union; tourist offices were opened in factories, clubs and in the red army. It was a time when the Bolsheviks politicize the tourism and use it as an ideological tool for their interests. Finally we describe the current period when the tourism in Russia has been changed with a significant development, and now the Russian tourism has the important role in the international tourism and good evaluation for its expense capacity.

**Key words:** the Russian tourist, Soviet tourism, tourism in Russia, Russian tourist politics, tourism and buys.

## 1. INTRODUCCIÓN

Se analiza en este artículo aquello que consideramos como más relevante de la historia del turismo en Rusia. En este estudio también nos hacemos eco, en un apretado balance, de la situación que esta actividad presenta en una actualidad en la que el turismo ruso está cobrando un gran protagonismo, no solamente a nivel interno, también en lo que a nivel de salidas internacionales de turistas rusos hace referencia.

Fue a finales de los años setenta y principio de los ochenta del pasado siglo XX, cuando el turismo, como materia de estudio, comenzó a atraer la mirada de investigadores y estudiosos en Rusia. Son varios los autores que en el tiempo han estudiado las vicisitudes acontecidas en la actividad turística en Rusia: Dyakova (1981), Dvornichenko (1985), Dolzhenko (1988), Loginov (1989). Entre autores más modernos en la ciencia del turismo hay que mencionar a Zorin (2005), Kvartalnov (2005), Birzhakov (2007), Usiskin (2000), Shapoval (1999), Voronkova (2001), Sokolova (2002), por citar a algunos de los más relevantes.

Para hacer un estudio más preciso, consideramos oportuno efectuar una división temporal de la práctica turística en Rusia y, no debe extrañar que a pesar de que varios autores establecen diferentes etapas en la historia del turismo en Rusia., en este estudio establecemos nuestra propia división en la que contemplamos seis principales etapas del turismo en Rusia: 1.- Etapa inicial (hasta finales del s. XIX). 2.- Etapa empresarial (hasta los años treinta del s. XX). 3.- Etapa de organización centralizada (hasta la década de 1960). 4.- Etapa administrativa (décadas de 1970 y 1980). 5.- Etapa de cambio (década de 1990). 6.- Etapa actual (s. XXI).

## 2. ETAPA INICIAL.

Este largo periodo comprende desde los orígenes del turismo en Rusia hasta el año 1890, momento en el que en este país se inicia el desarrollo del capitalismo. Los viajes

turísticos, en esta etapa, se pueden definir como de tipo singular y excursionista. Viajar solamente afecta a un reducido número de personas y la principal motivación, al igual que sucedía en los países de la Europa occidental, es el de la formación y la ampliación del conocimiento científico, geográfico y etnográfico de las distintas y vastas regiones que configuran el amplio espacio territorial ruso. Son tiempos en los que los viajes están protagonizados por estudiosos, intelectuales y comerciantes, estos últimos con el objetivo de poder abrirse nuevos mercados en sus negocios. Importante es también indicar que en esta etapa eran muchos los rusos que realizaban peregrinaciones a lugares santos, tanto dentro del territorio ruso como fuera de sus fronteras, sobre todo a Constantinopla y a los lugares más destacados de Tierra Santa como es el caso de Jerusalén.

Un papel importante en el desarrollo turístico ruso lo tuvo el zar Pedro I (1672-1725). Tenía admiración por las costumbres europeas, lo que le llevó a encabezar y realizar el proceso político, económico y cultural de “occidentalización” de Rusia, por lo que fomentó los viajes a Europa tanto por intereses comerciales como de información. Fruto de este interés fue que en 1696 protagonizó lo que se conoce como la Gran Embajada rusa en la que, junto con 250 personas, el zar viajó de incognito por la Europa central y occidental en lo que fue una misión diplomática y educativa a varios países europeos entre marzo de 1697 y septiembre de 1698. Los viajes del zar propiciaron la afición de los nobles rusos a viajar, sobre todo para saborear y disfrutar de la vieja Europa. Añadamos que también comenzaron a hacerse viajes del tipo del Grand Tour, con el objetivo de que los jóvenes aristócratas rusos completaran su formación.

A partir del s. XVIII los viajes motivados por la salud y por creencias religiosas también comenzaron a tener un gran protagonismo. Buen ejemplo de ello es que en 1719 se abrió en Carelia el balneario “Aguas de Marte”. Cobraron también fama los balnearios de Staraya Russa, Lipetsk y Yalta.

En el s. XIX se avanzó en los siguientes viajes: excursiones para conocer y ver el mundo, viajes de carácter científico y de investigación, expediciones y descubrimientos geográficos, alpinismo y montañismo. A raíz de estos hechos surgieron sociedades científicas y deportivas para facilitar el viaje de los rusos: la Sociedad Rusa Geográfica, la Sociedad de Aficionados a las Ciencias Naturales y la Sociedad Cristiana del Cáucaso. No obstante, en aquellos años los viajes solamente eran accesibles a una parte muy limitada de rusos; en general los viajeros se reclutaban entre los nobles y los comerciantes que se desplazaban principalmente a los países europeos y, dentro de la misma Rusia, a San Petersburgo y

Moscú. Viajar era muy caro, por lo que solamente era accesible a unos pocos y, además, se tenía que afrontar las incomodidades de los malos caminos, la falta de hoteles, tabernas y estaciones para el cambio y descanso de los caballos.

Por lo demás, a finales de esta etapa, al igual que sucedió en buena parte de países europeos, con la revolución industrial se dio un salto adelante en lo que a los transportes hace referencia con la aparición del ferrocarril y los buques a vapor. En resumidas cuentas, en esta primera etapa del turismo en Rusia los viajes respondían a unas motivaciones muy semejantes a las de los países de la Europa occidental: las peregrinaciones, viajes por tratamientos médicos y sanitarios, viajes de carácter informativo, excursiones para que los estudiantes aprendan y mejoren su formación, así como viajes con objetivos comerciales, políticos y de información.

### 3. ETAPA EMPRESARIAL

A pesar de que esta etapa se podría dividir en dos más, antes y después de la Revolución de Octubre de 1917, comprende desde la década de 1890 hasta los años treinta del siglo XX. En estos años se registra un crecimiento importante de todo tipo de infraestructuras turísticas como hoteles, restaurantes y redes de transporte, también es cuando comienza a formarse el mercado turístico ruso que se centra, básicamente, en dos principales segmentos de la demanda. Por un lado, el de la elite y por el otro lo que se conoce como el excursionista. Adicionalmente, en esta etapa empiezan a surgir numerosas empresas turísticas, clubes y sociedades. Sin embargo, este periodo está marcado por dos grandes acontecimientos de alcance mundial: la Revolución bolchevique de 1917 y la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Fueron años en los que se agudizaron las contradicciones económicas y sociales en Rusia. No cabe duda de que la multitud de acontecimientos ocurridos en aquellos años frenó el desarrollo de los propósitos marcados en materia turística.

En esta etapa empresarial cabe citar la popularidad que entre los rusos cobraron los viajes a la región montañosa de Crimea, también conocida por su clima favorable para personas con enfermedades de tipo respiratorio. En el año 1890 se fundó el Club Montañoso de Crimea que, después de su unión con el Club Caucásico, pasó a llamarse el Club Krymsko-Kavkaesky con sede en Odesa y filiales en Yalta, Sebastopol, Ekaterinoslav, Gagrah, Baku, Teodósia, por citar alguna de las ciudades más importantes. A finales del s. XIX y principios del XX se creó el Club de Ciclistas, la Sociedad Rusa Montañosa y la Organización Rusa de Turistas (Dolgenko, 2011). Esta última organizaba viajes colectivos, elaboró un registro con las

direcciones correctas y completas de los hoteles, información sobre las localidades y los precios; además, publicaba mensualmente la primera revista oficial turística llamada El turista ruso. En cualquier caso, y a pesar de las buenas intenciones, las condiciones internacionales y de política interior en este periodo influyeron de forma determinante en contra del turismo. Fue a partir del año 1920 cuando el interés por el turismo empieza a crecer. Se organizan excursiones de grupos organizados, se forman a guías turísticos, a finales de la década de 1920 se abre la Oficina Central de Turismo de Masas, el Centro Temporal de Información Turística, la Comisión de Organización y la Asociación del Turismo Proletario. Esta última abrió secciones en fábricas, clubes y en el Ejército Rojo – el turismo se usaba como medio de educación patriótica, publicando las revistas Sobre la tierra y en el mar y el Boletín Oficial de la Asociación del Turismo Proletario y Turista Mundial. En el año 1929 fue creada la Sociedad del Turismo Proletario que, al año siguiente, se transformó en la Sociedad Civil de la Unión Soviética del Turismo Proletario y las Excursiones y en 1930 se inicia la publicación de una colección de libros titulada Biblioteca del Turismo Proletario (Orlov, 2007).

#### **4. ETAPA DE ORGANIZACIÓN CENTRALIZADA**

Comprende esta etapa desde la década de 1930 hasta la de 1960. Es importante recalcar que se trata de un periodo totalmente marcado por uno de los conflictos bélicos más trascendentales de la historia, la Segunda Guerra Mundial. Los soviéticos denominaron como la Gran Guerra Patria o Gran Guerra Patriótica (1941-1945) a la guerra que sostuvieron contra la Alemania nazi; este término es lo que en occidente se conoció como el Frente Oriental. En esta guerra las repúblicas soviéticas perdieron unos 27 millones de personas. La guerra se inició por la invasión nazi de la Unión Soviética el 22 de junio de 1941, culminando con la victoria de la Unión Soviética y los Aliados sobre la Alemania nazi el 9 de mayo de 1945, con la total rendición germana en Berlín frente al mando militar soviético, por lo cual la Unión Soviética festeja oficialmente el Día de la Victoria en esta fecha, el 9 de mayo.

Llamamos a esta etapa de organización centralizada debido a que los bolcheviques politizan al turismo y lo utilizan como herramienta de ideología para sus intereses. Prueba de ello es que hasta el año 1941 los sindicatos crearon miles de organizaciones turísticas dentro de las empresas. En los años treinta el sistema autoritario soviético actúa en contra de todas las organizaciones turísticas que se habían creado años atrás, llegándose incluso a la represión de algunos de sus directivos.

A partir de entonces, la gestión de los asuntos turísticos recae en los poderes públicos, concretamente en el Consejo Central de la Unión Soviética de los Sindicatos. De esta forma, se produce la monopolización y centralización de la gestión y planificación turística.

Se crean las representaciones del Consejo Central de la Unión Soviética de los sindicatos en las diferentes ciudades de URSS con el nombre de la Organización Turística y de Excursiones (TEO). Los TEO reforzaron la base material del turismo, reconstruyeron muchos centros turísticos, se incrementó el número de las salidas planificadas y se crearon casas de turistas. Los TEO contaban con un total de 25 filiales, 16 oficinas de excursiones, 165 casas de turistas, 50 centros turísticos, 12 hoteles, 24 campamentos, 19 refugios turísticos de montaña y campings (Ivanov, 2011). Los TEO se crearon antes de la guerra, cobrando en la posguerra un gran protagonismo. Sobre los TEO recayó el objetivo de reconstruir la economía turística y la creación de las condiciones adecuadas para la promoción del turismo de masas. TEO prestó gran atención al desarrollo del turismo familiar, a la creación de plazas gratuitas –pagadas por la seguridad social- y en la concesión de equipamiento turístico. Eran medidas turísticas cuyo principal objetivo era la recuperación de la salud de los ciudadanos soviéticos. Asimismo, cabe resaltar la importancia académica que se le dio al turismo ya que, en la década de 1950, es una materia que se introdujo en los planes de estudio de las escuelas superiores, hasta el punto de llegar a convertirse en disciplina obligatoria. La consecuencia más inmediata es que al inicio de los años sesenta del s. XX, el turismo era muy conocido en escuelas superiores y en universidades, al tiempo que comenzaron a organizarse clubes turísticos.

En cuanto al crecimiento de los viajes turísticos protagonizados por los soviéticos, cabe señalar que a mitad de la década de 1950 comenzó un crecimiento rápido del turismo denominado de aficionados así como el turismo deportivo. Para ilustrar la relevancia que cobraron estas modalidades de viaje, decir que en el año 1960 fueron 1.512.860 las personas que practicaron estos tipos de turismo. Son años en los que empieza a activarse la actividad turística y el turismo doméstico ruso entra en un periodo de crecimiento con la ampliación de la base geográfica, el carácter social y una gran variedad de oferta turística interior (Usiskin, 2000). Se popularizan las excursiones de fin de semana y se organizan viajes en tren. En las grandes ciudades se abren oficinas de viaje. Además, es importante recalcar que en la década de 1960 las organizaciones sindicales turísticas confeccionan rutas de tres tipos: lineales, circulares y radiales. Las primeras, las lineales, dan comienzo en una ciudad y finalizan en otra; si la

ruta se emprendía y acababa en el mismo lugar, se denominaba circular; en cuanto a las radiales son las que el alojamiento se realiza en un mismo punto, haciendo salidas y excursiones de una jornada, para regresar al anochecer a pernoctar en el mismo hotel. Importante es señalar que se produjo un gran crecimiento de los clubes de turismo ya que en 1960 se registraba un total de 2.000. Finalmente, añadamos que en estos años en la URSS se distinguían cinco principales tipos de turismo bajo la responsabilidad de distintos organismos oficiales: el turismo profesional (Consejo Central de Turismo y Excursiones); el turismo internacional (Comité Estatal de Turismo Extranjero del Consejo de Ministros de la URSS), el turismo de jóvenes (Sputnik y Comité Central de la Juventud); el turismo militar (Ministerio de Defensa); y el turismo escolar (Ministerio de Educación) (Ivanov, 2011).

En estos años, el objetivo de tratar de potenciar la llegada del turismo internacional a la URSS fue bastante complejo ya que se enfrentaba a un buen número de dificultades, tanto de tipo económico, geográfico como político. Sea como fuere, a través del Consejo Central de Turismo se mantenían contactos para atraer turistas extranjeros, las dificultades a salvar eran muchas en aquellos momentos en los que se contraponían dos mundos diferentes y antagónicos. En primer lugar, la URSS se halla muy alejada de los principales polos emisores turísticos de la Europa desarrollada. Los turistas tenían que enfrentarse a un viaje muy largo, máxime cuando las distancias entre regiones y ciudades turísticas en la URSS son de miles de kilómetros, por lo que el gasto en transporte era muy elevado. A su vez, debido a la Guerra Fría, el gobierno de los Estados Unidos de América no daba visado de entrada a aquellos que tenían en su pasaporte visados de haber estado en la Unión Soviética. De esta forma sucedió que, en esta etapa, la URSS tuvo que cruzar por un buen número de dificultades que hacían muy complicado su desarrollo turístico.

## **5. ETAPA ADMINISTRATIVA**

Esta etapa abarca las décadas de 1970 y 1980. Su principal característica es la de alcanzar unos ritmos rápidos en el desarrollo social que repercutió en un auge del turismo doméstico. Sin embargo, cuando esto sucede es conveniente diferenciar entre un mayor protagonismo del turismo y la profesionalidad en el sector, ya que se evidencia que el servicio es de una insuficiente calidad, sobre todo al compararlo con el que se brinda en la Europa desarrollada. Contrariamente, y como aspecto positivo, debe observarse que es un tiempo en el que se estudian e investigan los problemas que está generando el turismo y el comienzo de la formación de

mano de obra cualificada para mejorar el evidente mal servicio que se está dando. A lo largo de estos veinte años el turismo soviético se centró en siete objetivos:

- 1) promocionar el crecimiento del turismo bajo los cauces de una rigurosa planificación;
- 2) abrir nuevos espacios como centros receptores del turismo;
- 3) establecer focos de atracción turística en zonas climáticas adecuadas;
- 4) difusión entre la población de nuevas formas de hacer turismo;
- 5) implantar la estructura turística más grande y más económica del mundo;
- 6) la creación de sistemas necesarios para el estudio científico del turismo;
- 7) aumento del número de llegadas de turistas internacionales (Usiskin, 2000).

Fueron unos años en los que se invirtieron grandes sumas de dinero para el desarrollo y mejora del turismo. Así fue que en el primer quinquenio de esta etapa, 1970-1975 los sindicatos invierten 500 millones de rublos. El volumen de los servicios turísticos crece de 260 millones de rublos en 1970 a los 1.000 en 1975. De las 157.000 camas turísticas registradas en 1971, se pasan a las 300.000 (Dolgenko, 1988). Por lo demás, la importancia que cobra el turismo se manifiesta con las siguientes cifras: 6.000 cruceros marítimos y fluviales con dos millones de turistas al año; más de 7.000 viajes turísticos en ferrocarril que afectan a tres millones y medio de turistas; cerca de 25.000 viajes turísticos en avión (un millón de personas) y más de 200.000 viajes en autobuses (seis millones de personas).

La población soviética que conformaba el flujo turístico en esta etapa está compuesta de la siguiente forma: obreros industriales y empleados, el 33%; trabajadores técnicos e ingenieros así como investigadores y profesores, el 28%; estudiantes, el 18%; obreros de los sovjoses y koljoses<sup>3</sup> el 9%; los pensionista, el 4%; y otros, el 8%.

Destacar que en este periodo se intensifica todavía más el incremento del turismo social con fines educativos, sobre todo para la juventud. Además, otra circunstancia redundante en un mayor protagonismo del turismo en esta etapa ya que se introdujo, junto a competiciones deportivas, en el ámbito castrense; se establecieron veinticuatro centros turísticos para

---

<sup>3</sup> Sovjoz es un neologismo ruso, derivado de la abreviatura de «sovetskoe jozyáistvo» (explotación del consejo o soviet), utilizado para denominar a las explotaciones agrícolas que en la extinta Unión Soviética no tenían carácter cooperativo como un koljós que era una granja colectiva en la [Unión Soviética](#). La palabra koljós es una contracción de (kollektívnoye jozyaistvo), "economía colectiva".

los militares, dirigidos por el Ministerio de Defensa y que entre 1980 y 1985 recibieron a 1,2 millones de militares y de sus familiares. Parece bastante evidente que se trata de un periodo en el que la promoción del turismo se caracteriza por el desarrollo extensivo del turismo en la Unión Soviética. La finalidad del régimen soviético era que accediera a esta actividad el mayor número de personas, por lo que el turismo estuvo vinculado a los sindicatos –ofertaban viajes con suculentos descuentos, ya que su coste era casi diez veces más barato sobre su precio real– y tenía una clara tendencia ideológica ya que el turismo era una justificación para la educación política y del ideario soviético. De esta forma, al poder hacer viajes de forma casi gratuita, la gente no prestaba atención ni a lo que se le ofrecía en el destino turístico ni a la calidad del servicio, a pesar de que dejaba mucho que desear.

Por su parte, las empresas turísticas no tenían ni alicientes ni interés en mejorar la calidad que ofertaban al tener unos resultados fijos en la explotación de los establecimientos turísticos. Son años en los que el desarrollo extensivo del turismo exigía la estandarización y no su diferenciación.

Debido a la política turística de esta etapa, así como a la situación económica y bajo poder adquisitivo de los soviéticos, muy pocas personas podían permitirse el lujo de salir del país, excepción hecha de los grupos turísticos –siempre limitados– que se desplazaban con destino a otros países socialistas dentro de la órbita de la URSS. En cuanto a la recepción de turistas internacionales buena parte de los turistas, el 80 por ciento, llegaban en grupos organizados. Fue una etapa en la que continuaban las restricciones burocráticas vinculadas a la formalización del preceptivo visado para entrar en el país. No es extrañar que no se prestase una adecuada atención al desarrollo del turismo internacional.

**Cuadro 1. Movimiento turístico de extranjeros que llegan a la URSS y de soviéticos al extranjero**

Año	Turistas extranjeros en la URSS	Soviéticos que hacen turismo en el extranjero
1965	1.263.000	1.153.000
1975	3.690.000	2.450.000
1985	4.339.000	2.790.000
1990	7.204.000	9.086.000

*Fuente: GosKomiTurist. Elaboración propia.*

La política turística se limitaba al desarrollo del turismo interior así como a los flujos entre los diferentes países

soviéticos de la Europa oriental. A finales de la década de 1980 se permitió una débil apertura y se establecieron más de 500 rutas turísticas por la Unión Soviética, al tiempo que 150 ciudades se consideraron como “abiertas” de cara a las visitas turísticas. Esta moderada apertura, se reflejó en un sustancial incremento del turismo internacional hacia la República Soviética. El gran interés de los extranjeros que podían acceder a la URSS era el viaje en el mítico tren “Transiberiano Express”, con salida en Moscú llegando hasta Vladivostok, el puerto ruso más importante del océano Pacífico, en un recorrido de casi 9.300 kilómetros.

## 6. ETAPA DEL CAMBIO

Se ajusta esta etapa a la década de 1990, años en los que la reforma económica rusa propicia la manifestación de nuevas tendencias de desarrollo turístico, con un crecimiento que ha aumentado significativamente las opciones que se ofrecen a los potenciales turistas rusos. En estos años se originan cuatro principales cambios que afectan plenamente al turismo:

- 1) la segmentación del mercado turístico ruso;
- 2) desarrollo de numerosas empresas turísticas, tanto de tamaño medio como pequeño;
- 3) utilización de recursos naturales y económicos;
- 4) desarrollo de una nueva base legislativa con el objetivo de alcanzar una estimulación económica a través del turismo.

De igual modo, esta década también se caracteriza por surgir unos aspectos negativos asociados a los cambios introducidos en esta etapa. Nos referimos concretamente a que el precio de los viajes creció de forma cuantiosa, lo que propició que la demanda rusa sufriese un notable retroceso. La población rusa se encontró ante la realidad de no disponer de suficientes medios económicos para poder hacer turismo.

La liberación del comercio exterior en la Federación Rusa en el año 1991, permitió a todas las empresas poder comerciar con el exterior lo que, en turismo, acarreó una serie de profundos cambios. En primer lugar, una vez suprimidas casi todas las restricciones para que los ciudadanos rusos pudieran salir al extranjero, la demanda comenzó a incrementarse; es un momento en el que a realización de un viaje turístico depende de las propias personas y de sus posibilidades económicas. En segundo lugar, en esta década se amplió la capa de la población con suficientes ingresos para poder hacer turismo en el extranjero. En tercer lugar, se produce uno de los hechos que van a potenciar la demanda turística rusa hacia otros países, como es el aumento de los precios en el mercado turístico ruso, el crecimiento de las tarifas de transporte y el peligro que existía, a causa de la

inestabilidad política, en las zonas turísticas tradicionales de la antigua URSS. Finalmente, las compras se constituyen en un elemento diferencial de los gustos, necesidades y preferencias de los turistas rusos; en tanto que cuentan con un alto poder adquisitivo, las apetencias de la población rusa para viajar al extranjero se veían potenciadas por el atractivo de las compras ya que en las tiendas rusas faltaban muchos productos. Este nuevo escenario propicia que millones de rusos se incorporen al turismo internacional. Prueba de ello es que en el año 1995 fueron 21,3 los millones de rusos que salieron al extranjero, frente a los 2,8 que lo hicieron en 1985.

En esta nueva etapa, en la que por primera vez en la historia, la población rusa puede hacer turismo de forma libre y a los lugares que les apetezca, posibilitó una gran demanda que se decanta por destinos nuevos, capaces de satisfacer a turistas ávidos de emociones. En estos años algunos países introdujeron una serie de acciones para la atracción de los turistas rusos, como es la entrada sin visado en buena parte de los países del desaparecido Pacto de Varsovia –Chequia, Hungría, Bulgaria, etc.–, así como la simplificación de los trámites de visado en Alemania, Italia y España.

Junto al viaje turístico, se desarrolló en Rusia un tipo de viaje que se denominaba “comercio de canoas”. Básicamente se trataba de introducir en el país productos extranjeros sin pago de tarifas aduaneras y de cualquier otro tipo de impuesto y, de esta forma, atender el desabastecimiento del mercado ruso de determinados productos. Las “canoas” viajaban principalmente a China, Turquía y Polonia. A partir del año 1994 además de a estos países también iban a Finlandia. Los shop-turistas visitaban también Grecia, Italia, Egipto, comenzaban a asimilar los mercados de Asia del Sur y la Asia Sudeste. Con este objetivo se precipitó a Singapur, Hong Kong, India, Tailandia, Corea del Sur y Pakistán. La variedad de la mercancía barata atraía a los shop-turistas a los Emiratos Árabes.

Además del turismo de compras, los rusos salen al extranjero para pasar unas vacaciones cerca del mar, popularizándose los viajes a Turquía, China, Alemania, Polonia, Finlandia, EE.UU. y Emiratos Árabes; tiempo después se incluyen los viajes a Tailandia y a la República Dominicana. También realizan cruceros marítimos y viajes a parques temáticos como Disneyland en París y en los Estados Unidos. Son populares viajes de una o dos semanas por las principales capitales europeas: París, Londres, Viena, Madrid, Roma, Amsterdam, Bruselas, etc. Finalmente, también existe una demanda de viajes exóticos a Kenia, Tanzania, la isla de Samoa, así como a diferentes países de América Latina.

El turismo exterior ruso siguió creciendo hasta la crisis financiera del año 1998, momento en el que se multiplicó por tres o por cuatro el coste de los viajes al extranjero. El precio se convirtió en el criterio principal a la hora de elegir un destino turístico, motivo por el que los rusos comenzaron a dar preferencia a viajes más baratos y reorientaron los viajes a zonas turísticas rusas que tenían mejores precios que los viajes al extranjero. Así es como se inicia el renacimiento del turismo interior en Rusia, por lo que las empresas turísticas se vieron apremiadas a ofertar productos turísticos rusos. En cualquier caso, el turismo internacional ruso, con la característica de ser Rusia un país más emisor que receptor, estaba condicionado por las siguientes causas:

- 1) la novedad que suponía viajar al extranjero para el consumidor ruso;
- 2) la simplificación de las salidas;
- 3) la disponibilidad de suficientes medios económicos;
- 4) los precios de los viajes, en buena parte de esta etapa, accesibles para los ciudadanos rusos;
- 5) el atractivo del servicio, de las plantas hoteleras y de viajes confortables, a diferencia de lo que sucedía en la propia Rusia.

Sin embargo, en lo referente al turismo extranjero hacia Rusia, en estos años había una serie de inconvenientes que impedían su normal desarrollo:

- 1) la inestabilidad de la política interior;
- 2) la insuficiente calidad de las infraestructuras de transporte, sobre todo al compararla con la de los países de la Europa occidental, ya que en Rusia no se disponía de aeropuertos modernos, de nuevas instalaciones ferroviarias, así como de todos aquellos servicios relacionados con la atención de coches como gasolineras, talleres de mantenimiento y reparación, etc.;
- 3) planta hotelera de poca calidad, sin clasificación por categorías y sin ajustarse a los estándares mínimos de calidad, con un bajo nivel en el servicio que se ofrece;
- 4) precios altos en hoteles y restaurantes;
- 5) falta de una adecuada organización turística que repercute en una imagen negativa, tanto de los lugares que se visitan como del país en general;
- 6) desinterés por crear una imagen positiva de Rusia como país turístico (Dolgenko y Putrik, 2010).

En los últimos años de esta etapa se observa una tendencia de mejora en lo que hace referencia a la promoción del turismo en Rusia que se traduce en un incremento del flujo de turistas rusos que se sienten atraídos por visitar, no solo los lugares más atractivos y destacados a nivel nacional –se mejora

la calidad del servicio, se promociona el turismo infantil, se desarrollan nuevas rutas turísticas, etc.– y, paralelamente, se incrementa el número de viajes al extranjero por parte de los ciudadanos rusos.

Se puede concluir que este periodo o etapa de cambio se caracteriza por las siguientes tendencias:

- 1) el tránsito desde una economía monopolizada por el estado a un nuevo sistema de regulación y la creación de empresas turísticas privadas;
- 2) la formación del mercado turístico en base a las nuevas leyes;
- 3) las nuevas relaciones económicas y jurídicas ha obligado a un uso de los recursos turísticos dentro del mercado libre;
- 4) la manifestación de nuevos modelos turísticos, como por ejemplo el turismo de compras, de estudios, etc.;
- 5) la creación de numerosas empresas turísticas, tanto de tipo pequeño como mediano;
- 6) crecimiento del número de viajes, especialmente el referido al turismo de compras.

## **7. EL PERIODO ACTUAL**

En los últimos años se ha cambiado por completo el escenario del turismo en Rusia comparando con la época de la URSS. La adinerada elite de una Rusia renaciente propició que los flujos de salidas de turistas de la actual Rusia sea muy superior al del la época soviética; contrariamente, el turismo doméstico ha perdido protagonismo en comparación con la etapa soviética. El inicio del siglo XXI podemos afirmar que se caracteriza por:

- 1) el desarrollo del mercado turístico;
- 2) el perfeccionamiento de la legislación turística;
- 3) la incorporación de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo;
- 4) la elaboración de nuevos productos turísticos;
- 5) el uso de sistemas informáticos en los procesos de reservas turísticas;
- 6) el desarrollo de la base científica del turismo;
- 7) la creación de sociedades turísticas;
- 8) el establecimiento de estructuras monopolizadas en el mercado turístico ruso;
- 9) la gestión común de negocios con las empresas extranjeras;
- 10) la activación del avance del producto turístico en el mercado.

Los inicios del siglo XXI fueron negativos para el desarrollo del turismo ruso. En primer lugar hemos de citar el

contratiempo que para los rusos supone el visado. Es visto como una traba o, cuanto menos, como un elemento que les incomoda. En este sentido, decir que son pocos los países europeos a los que los ciudadanos rusos pueden viajar sin necesidad de obtener un visado. Sin embargo, el contratiempo más importante se presentó en el año 2003. Concretamente cuando en la Unión Europea se adoptó la moneda única con la puesta en marcha del euro. La consecuencia más inmediata que tuvo esta medida en el turismo ruso fue el encarecimiento de un 25% el precio de los viajes en comparación con los de un año antes. Así fue que países muy bien valorados por los turistas rusos, como era el caso de España y de Chipre, se convirtieron en lugares caros. La conclusión es evidente, los flujos turísticos rusos se vieron obligados a dirigirse a otras zonas o países más económicos, como Turquía, Egipto y Túnez.

**Cuadro 2. Salidas turísticas de los rusos al extranjero**

Año	Salidas	Variación
2000	4.485.000	
2001	4.191.000	-6,5%
2002	5.051.000	+20,5%
2003	5.679.000	+12,4%
2004	6.557.000	+15,5%
2005	6.785.000	+3,5%
2006	7.753.000	+14,3%
2007	9.369.000	+20,9%
2008	11.314.000	+20,8%
2009	9.555.000	-15,6%
2010	12.605.000	+31,9%
2011	14.496.000	+15,0%

*Fuente: Rosstat. Elaboración propia.*

Se inicia esta tabla estadística en el año 2000, momento en el que Rusia, como país que se incorpora al turismo internacional, presenta cifras modestas, son casi cuatro millones y medios los rusos los que cruzan sus fronteras para hacer turismo. A lo largo de la primera década del siglo XXI el crecimiento de este mercado ha crecido constantemente, tal y como vemos en la tabla 1, crecimiento que en algunos momentos ha superado el 20% anual, llegando el caso del 2010 con un crecimiento del 31,9% con respecto al 2009. En conjunto, entre el año 2000 y el 2011 el turismo ruso aumento su volumen en tres veces, lo que indica la buena salud con la que se encuentra Rusia en el escenario turístico mundial.

En el año 2000, Polonia fue el país más visitado por los ciudadanos de la Federación Rusa que, con fines estrictamente turísticos, salieron al extranjero; China se situó en el segundo puesto de apetencia de los rusos; Turquía en tercer lugar; mientras que Finlandia ocupó el cuarto puesto y España se

situó en quinto lugar. En este año el gran salto estuvo protagonizado por Egipto que, desde la décima posición paso a la sexta.

Por su parte, en 2005, muchos turistas rusos se desplazaron a Europa: Alemania, España, Italia, Francia y Grecia. Se notaba el crecimiento de flujo turístico en todos estos destinos. Los operadores lo explicaban, ante todo, por la existencia de diferentes tipos de transporte para viajes, por buenos precios, también por el interés estable a viajes a Europa por parte de los turistas rusos.

Los destinos líderes en el año 2008 eran los mismos de años anteriores: Turquía, China, Egipto y Finlandia siguen encabezando el ranking de las preferencias de los rusos. Pero la dinámica de la demanda se cambió visiblemente. En los últimos dos años Egipto, atrasándose en las cifras absolutas, adelantaba visiblemente Turquía por las tasas de crecimiento.

**Cuadro 3. Principales países receptores del turismo exterior ruso**

Número	País	Año 2011	% sobre el total de turistas rusos
1	Turquía	2.681.700	18,5%
2	China	1.502.300	10,4%
3	Egipto	1.452.800	10,0%
4	Finlandia	912.100	6,3%
5	Tailandia	780.200	5,4%
6	Alemania	702.300	4,8%
7	España	645.300	4,5%
8	Grecia	612.500	4,2%
9	Italia	571.600	3,9%
10	Emiratos Árabes	394.600	2,7%
Total		14.495.900	70,7%

*Fuente: Asociación de Operadores Turísticos de Rusia. Elaboración propia.*

En la primera decena de destinos más populares estaban los mismos países, aunque Italia subió de sexto lugar a quinto. España, al contrario, bajó del sexto al séptimo. Pero los dos países presentan aumento de flujo turístico: Italia 19%, España 14,6%. Grecia, habiendo crecido un 43%, en cifras absolutas se adelantó solamente en una posición– de octavo a séptimo lugar. Alemania con un índice prácticamente "griego" – 42,8%, ascendió dos posiciones – del décimo lugar en octavo. No obstante, el año 2009 estaba marcado por la crisis económica. Fue un año en el que el turismo de masas se vio seriamente dañado, ya que el precio de los viajes a destinos lejanos crecieron hasta en un 40% con respecto al año anterior,

sobre todo por el encarecimiento del precio de los vuelos. En el año 2009 la situación económica exterior de Rusia influyó negativamente en el turismo ya que el número de turistas rusos que salieron al extranjero en el primer semestre se redujo un 23% con respecto al mismo periodo en el año anterior, 2008. En cuanto al gasto de los turistas en el extranjero se mermó en el año 2009 un 30%.

Es ahora cuando las preferencias de los turistas rusos, a la hora de optar por un viaje turístico, se decantan principalmente por desplazarse a las zonas en donde puedan disfrutar del sol y la playa pero que, a su vez, en estos destinos se pueda simultanear los baños en el mar con programas culturales y con tratamientos médicos y de salud.

A finales de la primera década del siglo XXI cabe citar que tanto Turquía como Egipto son los países con mayor aceptación y agrado por parte de los turistas rusos, debido a una serie de circunstancias como su situación geográfica a una distancia aceptable desde la parte europea rusa y la relación de calidad precio de los servicios turísticos en estos dos países. A su vez, en el caso turco y egipcio, hay que indicar que su gran aceptación como destino turístico radica en el hecho de que sus precios son mucho más competitivos en comparación con otros destinos y, en algunos casos se ha producido hasta una bajada de precios, junto con el hecho de que los hoteles en este país comenzaron a trabajar con el sistema de *all inclusive* que se constituye como muy atractivo para el mercado ruso. Aunque es importante decir que el flujo turístico ruso a Egipto se disminuyó bastante en los últimos dos años debido a su inestable situación política.

En los años 2010 y 2011 se dieron las cifras más altas en lo que a la salida de turistas rusos al extranjero hace referencia, con 12,6 y 14,5 millones de personas respectivamente. Este salto cuantitativo fue favorecido, según información de la Asociación de Operadores Turísticos de Rusia, por las mayores facilidades que, en España, Italia y Francia, se comenzaron a dar en lo que a la emisión de visados hace referencia.

Como dato más llamativo se encuentra que tan solo diez países se reparten el magnífico pastel en el que se ha convertido, en estos tiempos, la práctica del turismo internacional por parte de la población de la Federación Rusa. De los casi 14,5 millones de turistas rusos, el 70,7% se desplaza a solamente diez países, mientras que el 29,3% restante, 4,2 millones, se reparten por el resto del planeta. A su vez, destacar que el país más visitado por los turistas rusos es Turquía. En este país se concentra el 18,5% de los turistas internacionales rusos. Le siguen en importancia China y Egipto, con el 10,4 y el 10,0% respectivamente. Es decir, que en estos

tres países se concentra el 38,9% de los rusos que salen de su país para hacer turismo.

## **8. CONCLUSIONES**

Se puede correlacionar la historia de turismo en Rusia con los períodos de la historia del turismo mundial, habiendo añadido algunas sub-etapas teniendo en cuenta el carácter específico del desarrollo de la economía de Rusia.

Las primeras formas del turismo aparecen en la época de la antigüedad. Probablemente fueron los eslavos los primeros, que comenzaron a viajar. La Edad Media marcó la tendencia de viajes con el fin de ampliar conocimientos, así como el establecimiento de relaciones comerciales entre otros países y Rusia. Los viajes emprendidos con el fin de conocimiento tenían también el carácter de la familiarización con el arte de aquel tiempo.

Desde la segunda mitad del siglo XVII se cambian y se extienden los viajes. Hasta el final del siglo XVIII Rusia se fortaleció económicamente, y los rusos hacen los viajes más largos para poder estudiar detalladamente la vida fuera de los límites del país y establecer las relaciones comerciales. También este período incluye la familiarización con la cultura europea y la cultura de los países de otros continentes.

Más tarde, en el siglo XIX, nace el turismo de grupo. El siglo XIX se caracteriza por los viajes de carácter científico y de investigación y a finales del siglo XIX se populariza el alpinismo. Analizando la historia del turismo sacamos la conclusión que, en líneas generales, hasta el siglo XX el turismo en Rusia tenía el carácter informativo y de ampliación de conocimientos.

En el siglo XX se concede especial atención a los viajes con fines de conocimiento, descanso, familiarización con la cultura, la formación y el desarrollo del turismo escolar. El turismo ya es posible tanto para las capas superiores de la población, como para la clase obrera.

En los últimos años el turismo internacional en Rusia se encuentra en constante desarrollo. Es en la etapa de cambio cuando el flujo al extranjero empieza a crecer, aunque solamente pueden salir del país las personas con medios suficientes y cuyos objetivos para viajar se encuentran en el descanso, los entretenimientos, en la salud así como para realizar compras. También a finales del siglo XX se registra el desarrollo de una modalidad turística que busca establecer contactos en el extranjero para realizar negocios.

Hay que remarcar que actualmente el turismo ruso tiene carácter internacional con más salidas de turistas que llegadas. En los últimos años los destinos de playa como Turquía, Egipto, los Emiratos Árabes o Tailandia son los favoritos de

los turistas rusos. Europa es el segundo destino vacacional más solicitado, encabezado por España, Italia y Francia.

Actualmente España ocupa el lugar dentro de los destinos de sol y playa más visitados por los turistas rusos, tras Turquía y Egipto.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- BIRGAKOV M. (2007): *Introducción al turismo*, San Petersburgo: Gerda.
- DOLGENKO G., y PUTNIK Y. (2010): *Historia del turismo en el Imperio Ruso, la URSS y la Federación Rusa*, Moscú: Rostov-na-Donu.
- DOLGENKO G. (1988): *Historia del turismo en Rusia antes de la revolución y en la URSS*, Moscú: Rostov-na-Donu.
- DVORNICHENKO V. (1985): *Desarrollo del turismo en la URSS (1917-1983)*, Moscú: Turist.
- DVORNICHENKO V. (2001): *Historia del turismo internacional y nacional*, Moscú: Forum.
- DYAKOVA R. (1981): *Historia de excursiones en la URSS*, Moscú: Turist.
- IVANOV A. (2011): *Historia del turismo ruso (siglos IX-XX)*, Moscú: Forum.
- KVARTALNOV V. (2002): *Turismo: historia y actualidad*, Moscú: Forum.
- LOGINOV L. y RUHLOV Y. (1989): *Historia de desarrollo del turismo y excursionismo*, Moscú: Masterstvo.
- SHAPOVAL G. (1999): *Historia del turismo*, Moscú: Minsk.
- SOKOLOVA M. (2002): *Historia del turismo*, Moscú: Masterstvo.
- USISKIN G. (2000): *Relatos de historia del turismo ruso*, Moscú-San Petersburgo: Gerda.
- VORONKOVA L. (2003): *Historia del turismo y de la hospitalidad*, Moscú: Gerda.
- ZORIN I., KAVERINA T. y KVARTALNOV V. (2005): *Turismo como actividad*, Moscú: Finanzas y Estadística.