

Anexos:

1 Guión entrevistas personales para Oficinas de Turismo (Anexo 1).

2 Guión entrevistas personales para Agencias de Viajes Receptivas (Anexo 2).

3 Guión entrevistas personales para Patronatos de Turismo y Entes Públicos (Anexo 3).

4 Información detallada sobre las entrevistas realizadas (Anexo 4).

Anexo 1: Guión entrevistas personales dirigidas a Oficinas de Turismo:

-¿Que tipo de información demanda el segmento de visitantes rusos, cuando acude a su oficina recibir para recibir su atención? ¿Que motiva el viaje del turista ruso hacia su ciudad, que tipo de actividades y recursos turísticos les interesa?

-¿El segmento ruso es un mercado emisor importante para la Comunidad Valenciana? ¿Por que?

En una escala del 1 (-) al 10 (+) señale la importancia que, en su opinión, tiene el segmento de mercado ruso para la Comunidad Valenciana. ¿Por que le da esta nota?

-¿Cree usted que el mercado emisor ruso es **un mercado** interesante desde el punto de vista económico, para la Comunidad Valenciana? ¿En que aspecto? (vienen en temporada baja, demandan información distinta a la demandada por otros segmentos?)

- ¿Ha notado un incremento de las visitas (a su oficina) por parte de los turistas rusos durante los últimos 3 años?

-¿En que destaca la Comunidad Valenciana frente a nuestros competidores que son Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía, cuáles son nuestros puntos fuertes, es decir, nuestros principales factores de atracción?

-¿La CV ofrece una buena calidad-precio, bajo su criterio?

-¿Su ciudad dispone de una página web traducida en el idioma ruso? ¿Y de folletos traducidos en el idioma ruso?

-¿Conoce qué iniciativas se han llevado a cabo por parte de los organismos que gestionan el turismo la ciudad donde usted trabaja, para lograr una mayor captación del segmento ruso? ¿Que acciones se han realizado en los últimos cinco años?

- **Acciones en medios en origen. (Ferias turísticas en el territorio ruso)**

- **Asistencia a Ferias turísticas en país de origen.**

- **Realización de workshops con agencias de viajes.**

-¿Sabe usted si los organismos que gestionan el turismo en su ciudad, disponen de un calendario de promociones, específicamente para la captación del mercado ruso?

¿Usted sabe si existen agrupaciones de empresarios que hayan colaborado activamente en las iniciativas de promoción , work shops, promoción, ferias de turismo, publicidad y propaganda, en su ciudad?

¿Conoce usted que procesos se han seguido para movilizar las campañas de difusión turística en Rusia, por parte de los entes públicos de su ciudad?

-Las iniciativas llevadas a cabo, desde su punto de vista, ¿Han sido efectivas?

-¿Cómo podrían ser más efectivas de lo que son a día de hoy?

-¿Sabe usted cómo miden los organismos gestores del sector turístico la efectividad de dichas iniciativas de promoción?

-¿Cómo ve el panorama turístico en la comunidad valenciana con respecto al mercado emisor ruso?

-¿Que previsiones de futuro tiene con respecto a este tema?

-¿Cree que se podrá desarrollar productos específicos para este segmento en un futuro?

-¿Me puede aconsejar agencias de viajes receptoras de turistas rusos situadas en la localidad donde esta ubicada su oficina de turismo?

-¿Que opinión personal tiene sobre el tema propuesto, le parece interesante? ¿Tiene alguna propuesta de mejora para fomentar la llegada de turistas rusos? ¿Cuales son sus propuestas o estrategias para lograr una mayor captación de este segmento?

¿Me pueden aportar algún tipo de documentación sobre las cosas que se han hecho para atraer a este segmento? Me puede ofrecer información relevante para el estudio, como por ejemplo: estadísticas recientes, hojas de calculo con un resumen de las iniciativas llevadas a cabo, coste de dichas iniciativas, y eficacia de las mismas.

Anexo 2: Guión entrevistas personales dirigidas a Agencias de Viajes Receptivas:

-¿Que motiva el viaje del turista ruso hacia su ciudad, que tipo de actividades y productos turísticos les interesa?

-¿Realizan un gasto mayor en destino que otros visitantes de distinta procedencia? Aproximadamente, ¿cual es la media de gasto por turista?

-¿Contratan todos los servicios mediante la compra de un paquete turístico? ¿Que tipo de servicios les facilita? ¿Existen servicios adicionales? ¿Cuáles?

-¿El segmento ruso es un mercado emisor importante para la Comunidad Valenciana? ¿Por que?

En una escala del 1 (-) al 10 (+) señale la importancia que, en su opinión, tiene el segmento de mercado ruso para la Comunidad Valenciana. ¿Por que le da esta nota?

-¿Cree usted que el mercado emisor ruso es **un mercado** interesante desde el punto de vista económico, para la Comunidad Valenciana? ¿En que aspecto? (gastan más, vienen en temporada baja, utilizan productos y servicios distintos...?)

-¿Cree que se incrementarán las llegadas de turistas rusos en un periodo de 3 a 5 años?

-¿En que destaca la Comunidad Valenciana frente a nuestros competidores, que son Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía, cuáles son nuestros puntos fuertes, es decir, nuestros principales factores de atracción?

-¿La CV ofrece una buena calidad-precio, bajo su criterio?

-¿Se debe de realizar inversiones de traducción de folletos y paginas web en su ciudad, en el idioma ruso, desde su punto de vista?

-¿A colaborado usted en iniciativas para lograr una mayor captación del segmento ruso?

- **Acciones en medios en origen. (Ferias turísticas en el territorio ruso)**

- **Asistencia a Ferias turísticas en país de origen.**

- **Realización de workshops con agencias de viajes.**

¿Existen agrupaciones de empresarios que hayan colaborado activamente en las iniciativas de promoción , work shops, promoción, ferias de turismo, publicidad y propaganda, en la ciudad donde está ubicada su oficina?

¿De ser así, que procesos se han seguido para movilizar las campañas de difusión turística en Rusia?

-¿Posee información acerca de los costes de promociones, famtrips, ferias turísticas..., que se han realizado para captar al mercado emisor ruso, por parte de los gestores de turismo de su ciudad? ¿Me lo podría facilitar para cumplimentar la información que necesito para mi estudio?

-Las iniciativas llevadas a cabo, desde su punto de vista, ¿Han sido efectivas?

-¿Cómo podrían ser más efectivas de lo que son a día de hoy?

-¿Cómo ve el panorama turístico en la comunidad valenciana con respecto al mercado emisor ruso?

-¿Que previsiones de futuro tiene con respecto a este tema?

-¿Cree que se debería mejorar la facilitación de visados para los visitantes rusos?

-¿Cree que se podrá desarrollar productos específicos para este segmento en un futuro? ¿Se están desarrollando en la actualidad?

-¿Que opinión personal tiene sobre el tema propuesto, le parece interesante? ¿Tiene alguna propuesta de mejora para fomentar la llegada de turistas rusos? ¿Cuales son sus propuestas o estrategias para lograr una mayor captación de este segmento?

¿Posee algún tipo de documentación sobre las iniciativas que se han llevado a cabo para atraer a este segmento? Como por ejemplo: estadísticas recientes, hojas de calculo con un resumen de las iniciativas llevadas a cabo, coste de dichas iniciativas, y eficacia de las mismas.

Anexo 3: Guión entrevistas personales dirigidas a Patronatos de Turismo y Entes Públicos:

-¿El segmento ruso es un mercado emisor importante para la Comunidad Valenciana? ¿Por que?

En una escala del 1 (-) al 10 (+) señale la importancia que, en su opinión, tiene el segmento de mercado ruso para la Comunidad Valenciana. ¿Por que le da esta nota?

-¿Cree usted que el mercado emisor ruso es **un mercado** interesante desde el punto de vista económico, para la Comunidad Valenciana? ¿En que aspecto? (gastan más, vienen en temporada baja, utilizan productos y servicios distintos...?)

- ¿Cree que se incrementarán las llegadas de turistas rusos en un periodo de 3 a 5 años?

-¿De que carece la Comunidad Valenciana frente a Cataluña? ¿Por que recibe un mayor número de llegadas de turistas rusos?

-¿De que carece la Comunidad Valenciana frente a las Islas Baleares? ¿Por que recibe un mayor número de llegadas de turistas rusos?

-¿De que carece la Comunidad Valenciana frente a las Islas Canarias? ¿Por que recibe un mayor número de llegadas de turistas rusos?

-¿De que carece la Comunidad Valenciana frente a Andalucía? ¿Por que recibe un mayor número de llegadas de turistas rusos?

-¿En que destaca la Comunidad Valenciana frente a nuestros competidores, cuáles son nuestros puntos fuertes, es decir, nuestros principales factores de atracción?

-¿La CV ofrece una buena calidad-precio, bajo su criterio?

-¿Se debe de realizar inversiones de traducción de folletos y paginas web en el idioma ruso, desde su punto de vista?

-¿Conoce qué iniciativas se han llevado a cabo por parte del organismo público donde usted trabaja, para lograr una mayor captación del segmento ruso? ¿Que acciones se han realizado en los últimos cinco años?

- **Acciones en medios en origen. (Ferias turísticas en el territorio ruso)**

- **Asistencia a Ferias turísticas en país de origen.**

- **Realización de workshops con agencias de viajes.**

-¿Dispone su organización de un calendario de promociones, específicamente para la captación del mercado ruso?

¿Existen agrupaciones de empresarios que hayan colaborado activamente en las iniciativas de promoción , work shops, promoción, ferias de turismo, publicidad y propaganda?

¿Que procesos se han seguido para movilizar las campañas de difusión turística en Rusia?

-¿Posee información acerca de los costes de promociones, famtrips, ferias turísticas..., que se han realizado para captar al mercado emisor ruso? ¿Me lo podría facilitar para cumplimentar la información que necesito para mi estudio?

-Las iniciativas llevadas a cabo, desde su punto de vista, ¿Han sido efectivas?

-¿Cómo podrían ser más efectivas de lo que son a día de hoy?

-¿Cómo mide su organismo la efectividad de dichas iniciativas de promoción?

-¿Cómo ve el panorama turístico en la comunidad valenciana con respecto al mercado emisor ruso?

-¿Que previsiones de futuro tiene con respecto a este tema?

-¿Cree que se debería mejorar la facilitación de visados para los visitantes rusos?

-¿Cree que se podrá desarrollar productos específicos para este segmento en un futuro?

-¿Que opinión personal tiene sobre el tema propuesto, le parece interesante? ¿Tiene alguna propuesta de mejora para fomentar la llegada de turistas rusos? ¿Cuales son sus propuestas o estrategias para lograr una mayor captación de este segmento?

¿Pueden proporcionarme algún tipo de documentación sobre las iniciativas que se han llevado a cabo para atraer a este segmento? Además, Sería posible proporcionarme estadísticas recientes, hojas de calculo con un resumen de las iniciativas llevadas a cabo, coste de dichas iniciativas, y la eficacia de las mismas.

Anexo 4: Información detallada sobre las entrevistas realizadas:

Organismo	Gerente / Responsable	Persona de contacto	Fecha de entrevista	Datos de contacto	Observaciones
Agencia de Viajes receptiva en Gandia (de clientes rusos exclusivamente)	Dayana Krizanowskaya	Dayana Krizanowskaya	15 de Junio a las 10 de la Mañana.	El telefono proporcionado es confidencial (facilitado por la Oficina de Turismo de Gandia)	Se realizó en el jardín del Hotel Gandia
RushHouse Tour Agencia de Viajes receptiva en Alicante (de clientes rusos exclusivamente)	Roman Zayats	Roman Zayats	23 de Junio	El telefono proporcionado es confidencial (facilitado por la Oficina de Turismo de Alicante) romanturismo@gmail.com	Contacto por email y por teléfono
Agencia Valenciana de Turisme	Ernesto Tonda Serrano	Ernesto Tonda Serrano	29 de Junio	tonda_ern@gva.es 961 209 862	Contacto por email
Oficina de Turismo Alicante	Rosa Mollá	Rosa Mollá	16 de Junio	alicante@touristinfo.net 965 200 000	Contacto por email y por teléfono
Oficina de Turismo Gandia	Salva Bellver Llera (Gerente Terra i mar)	Salva Bellver Llera (Gerente Terra i mar)	26 Mayo	962877788	Entrevista en persona en la oficina de turismo de Gandia
Oficina de Turismo Altea	Ana Pérez	Ana Pérez	22 de Julio	altea@touristinfo.net	Contacto por email y por teléfono
Regidora de turismo y comercio Altea	Ana Alvado Ausias	Ana Alvado Ausias	26 de Julio	Plaça José M ^a Planelles, 1 03590-ALTEA Tf. 965 841 300 annalvado@altea.es	Contacto por email
Turismo de Torrevieja	Lidia Rodriguez	Lidia Rodriguez	9 de Junio	lidiarodriguez@turismodetorrevieja.com	Contacto por email
Turismo Valencia Convention Bureau	David Gómez (Market Manager UK, Ireland Russia and Scandinavia)	David Gómez (Market Manager UK, Ireland Russia and Scandinavia)	8 de Julio	promocion-dg@turisvalencia.es 963 390 390 963 606 353	Contacto por email con David Gómez

Organismo	Gerente / Responsable	Persona de contacto	Fecha de entrevista	Datos de contacto	Observaciones
Patronato Turismo Benidorm	Katerina Filitsina (Patronato de Turismo Benidorm, Oficina en Rusia países CIS Embajada de España en Moscú)	Katerina Filitsina (Patronato de Turismo Benidorm, Oficina en Rusia países CIS Embajada de España en Moscú)	6 de Julio	katerina@visitbenidorm.ru (7-495) 935 83 97	Contacto por email y por teléfono
Patronato Municipal de Turismo Alicante	Raquel Alcaraz Villaescusa	Raquel Alcaraz Villaescusa	8 de Julio	raquel.alcaraz@alicante.es 965 147 066/ 965 143 452	Contacto por email
Catedrático universidad de Alicante	Josep Antoni Ivars Baidal	Josep Antoni Ivars Baidal	28 de Mayo	josep.ivars@ua.es 965 903 400	Contacto por email
Valencia Turisme	Pilar Moncho / Pau Perez Lledó	Pilar Moncho / Pau Perez Lledó	10 de Agosto a las 12:00 de la mañana	patronato-turismo@dival.es 963 526 365 (generico) 610 501 834 (generico) 963 887 268 (Pau Perez Lledó) 963 882 525 (Pilar Moncho)	Contacto en persona con Pau Perez Lledó en el patronato (C/ Avellanas, Valencia, 14 piso 2). Contacto con Pilar Moncho (Plaza Manises, 4). Entrevista en el despacho de Pau Perez Lledó en la EPSG de Gandia