

Ana Siscanu

**EL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO EN SUS FASES INICIALES: EL CASO DE
MOLDAVIA**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Dirigido por la Dra. María Jesús Muiños Villaverde

Grado de Turismo



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca

2020

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 2. EL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO | 5 |
| 2.1. Fases | 6 |
| 2.2. El comportamiento de la demanda y de la oferta en cada fase | 7 |
| 2.3. Evolución del turismo en Moldavia | 8 |
| 3. MOLDAVIA: COMPONENTES BÁSICOS DEL DESTINO | 11 |
| 3.1. Características geográficas y meteorológicas | 11 |
| 3.2. Variables socioeconómicas | 13 |
| 3.3. Recursos turísticos | 15 |
| 3.4. Accesibilidad | 18 |
| 4. FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MOLDAVIA | 21 |
| 4.1. El perfil del turista | 21 |
| 4.2. La oferta de alojamiento | 27 |
| 4.3. Los productos turísticos | 28 |
| 4.4. Las entidades gestoras del turismo | 30 |
| 4.5. La promoción | 33 |
| 4.6. La percepción del residente | 34 |
| 4.7. La percepción de Moldavia desde el exterior | 41 |
| 5. ANÁLISIS DAFO DEL CICLO DE VIDA DE MOLDAVIA COMO DESTINO TURÍSTICO | 48 |
| 6. CONCLUSIONES | 51 |
| 7. FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA | 53 |
| 8. ANEXOS | 55 |

1. INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos atraviesan diferentes fases a lo largo de su proceso de evolución, donde pasan de ser desconocidos a estar sobreexplotados en cuestión de tiempo debido a diferentes factores propios del destino o bien derivados de los visitantes. Así lo explica Richard Butler en la teoría *“El Ciclo de Vida de un Destino Turístico”*, donde divide la evolución en las etapas de *exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento*, siendo la primera caracterizada por un número reducido de turistas, la segunda con algún incremento, la tercera con un crecimiento progresivo, la cuarta con un exceso y la quinta con la superación máxima de visitantes.

La República de Moldavia es un país con un gran potencial turístico, propio de los países de Europa del Este que, sin embargo, resulta prácticamente desconocido a nivel internacional. El objetivo del presente trabajo es investigar las posibles causas de este fenómeno, utilizando para este fin la estilización de Butler. Se trata de determinar en qué etapa del ciclo de vida se encuentra Moldavia como destino turístico, y qué premisas cabría desarrollar.

Para la elaboración del trabajo se consultan diversas fuentes: para el marco teórico se emplea el libro *“The Tourism Area Life Cycle , Vol . 1”* de Richard W. Butler, los artículos *“El ciclo de vida de un área turística: su aplicación a la Costa del Sol española y su medio ambiente”* de Pamela L. Pérez e *“Importanța Economică a Turismului În Republica Moldova”*, de Danaia Betivu y Olga Colesnic, el trabajo de fin de grado *“El Evolucionismo en el Turismo. Una visión de Mallorca”*, de Laura del Río Ferrer, la tesis doctoral *“Tourism Area Development from an Evolutionary Economic Geography Perspective — The Case of Guilin, China”* de Mulan Ma y el informe *“Analiza unor aspecte legislativ-normative a sectorului turistic din R.Moldova”* elaborado por la Asociación de Desarrollo Turístico en Moldavia. También se consulta el informe *“Moldavia, República de Moldavia”* elaborado por la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, así como el portal web del *“Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación”*.

Por otro lado, se consulta la base de datos estadísticos *“National Bureau of Statistics of the Republic of Moldova”*, el *“Informe Económico y Comercial Moldavia”*, elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Bucarest, los portales web de los organismos *“Ministerio de Economía e Infraestructura de la República Moldavia”*, *“Ministerio de Justicia de la República Moldavia”*, *“Ministerio de Agricultura, Desarrollo Regional y del Medio Ambiente de la República Moldavia”*, *“Agencia de Turismo de la República de Moldavia”*, *“Agencia de Inversiones de la República Moldavia”*, y otros portales web como *“Republica Moldova, Página Oficial”*, *“ANTRIM”*, *“Moldovenii”*, *“ICOM”*, *“Wine of Moldova”*, *“All about Republic of Moldova”* o bien *“Moldova Travel”* que han servido de gran ayuda para desarrollar el contenido del presente trabajo.

Asimismo, se realizan cuatro encuestas: la primera va dirigida a los residentes moldavos mayores de edad y trata de descubrir su percepción hacia la actividad turística a través de preguntas sobre las preferencias de viaje, aspectos relacionados con el turismo dentro del país y sobre las características de turistas nacionales e internacionales. Estas se envían a través de la red social *“Facebook”*, de donde se obtiene un total de sesenta y nueve respuestas.

La segunda, se dirige a las agencias de viaje de Moldavia, con el objetivo de conocer la posición de estas frente al turismo en el país, así como el perfil de los turistas moldavos. Por ello, se emplean preguntas sobre las preferencias a la hora de escoger una destinación, los recursos principales que dan valor para ser un destino turístico, las ventajas competitivas y las deficiencias del destino, así como otras referentes a la importancia de la actividad turística para el desarrollo del país. Se envía a través de las redes sociales “Instagram” y “Facebook” a treinta y nueve agencias de viaje y se obtiene un total de once respuestas.

La tercera, va dirigida a personas que hayan viajado o les gustaría viajar a algún país de la Europa del Este, con el objetivo de conocer su percepción sobre los destinos de esta área. Así pues, se efectúan preguntas sobre los países que se prefieren visitar, los motivos de elección o del rechazo, así como otras específicas de Moldavia, como ahora los recursos que se conocen y los aspectos que podrían definir el país como un destino turístico. Estas, se envían a través de las redes sociales “Instagram”, “Facebook” y “Whatsapp” con la solicitud de reenvío a conocidos y se obtiene un total de noventa y nueve respuestas.

Finalmente, la cuarta, se dirige a agencias de viaje del Camp de Tarragona con el objetivo de conocer la demanda de paquetes turísticos con destino a Moldavia. En este cuestionario, se efectúan preguntas sobre el grado de solicitud, la existencia o creación de estos dentro de la empresa, así como las razones de su inexistencia. Se envían a doce agencias de viaje a través del correo electrónico, donde se obtienen siete respuestas y se consigue información adicional de una de éstas.

En relación con la estructura, el presente trabajo se divide en cuatro partes: en la primera se introduce de forma teórica la *Teoría del Ciclo de Vida de un Destino Turístico* y se muestra la evolución de las organizaciones y coordinaciones en el sector turístico de Moldavia.

La segunda, consiste en exponer los componentes básicos del destino a través de la explicación sobre las características geográficas y meteorológicas, las variables socioeconómicas, los recursos turísticos existentes y la accesibilidad al país.

La tercera, en averiguar los factores de desarrollo turístico del país, a través del estudio sobre el perfil de los turistas, la oferta de alojamiento, los productos turísticos existentes, las entidades que se encargan de gestionar el sector, la promoción de la actividad, y finalmente, la percepción del residente moldavo y la percepción del país desde el exterior. Todos estos factores están implicados en las fases de Butler, y de ahí su análisis.

Finalmente se elabora un análisis DAFO del ciclo de vida de Moldavia como destino turístico y se derivan las principales conclusiones.

2. EL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

La teoría del ciclo de vida de una destinación turística surge en los años setenta por los autores Richard W. Butler y James Brougham en una conferencia del *Travel Research Association*, pero fue en la década de los ochenta cuando ésta comienza a llamar la atención de los científicos y a aplicarse a diferentes regiones como Hawaii, la Costa Dorada de Australia, Venecia y Lancaster Pensilvania (Pérez, 2012).

Para explicar correctamente el concepto propuesto por Butler, se considera importante mencionar de manera cronológica algunos de los autores más destacados en el ámbito de estudio de los destinos turísticos.

Por un lado, destaca el naturalista Charles Darwin (s. XIX) con el concepto del evolucionismo, el cual define que nada permanece estático y que todo es susceptible de cambio y modificación y que ha sido aplicado por varios autores en diferentes campos de estudio (del Río Ferrer, 2017).

Por el otro, destacan autores como W. Christaller, S.Plog, Noronha y C. Stanfield que han aplicado teorías evolucionistas en las destinaciones turísticas:

- W. Christaller (1963) describe las etapas de descubrimiento, crecimiento y expansión de las áreas turísticas con los cambios en el número de habitantes o población turística y con los tamaños o formas del área urbanizada (Ma, 2013).
- S. Plog (1974) define el aumento y la caída de la popularidad de los destinos con los cambios en los grupos de turistas psicográficos dominados por los alocéntricos, casi alocéntricos, mediocéntricos, casi psicocéntricos y los psicocéntricos (Ma, 2013).
- Noronha (1977) sugiere que el turismo se desarrolla en tres etapas: descubrimiento, respuesta e iniciativa local e institucionalización (Butler, 2006).
- C. Stanfield (1978) amplía la teoría de Plog, añadiendo que las áreas turísticas experimentan las etapas de desarrollo, expansión, cambio de clientela y declive (Ma, 2013).

Richard W. Butler (1980), se basa en los conceptos de los anteriores autores para ampliar la teoría del ciclo de vida del destino turístico, que se acaba convirtiendo en una de las más populares e influyentes en los estudios del turismo (Butler, 2006).

En la teoría, define las destinaciones turísticas como áreas que evolucionan y cambian con el tiempo, debido a diferentes factores que incluyen cambios en las preferencias y necesidades de los visitantes, el deterioro o el reemplazo de instalaciones y el cambio de las atracciones naturales y originales que fueron los impulsores iniciales de la popularidad de la destinación (Butler, 2006).

Para elaborarla, el autor se basa en el concepto del ciclo de un producto. Este, consiste en la definición de un proceso de ventas que se efectúa lentamente al principio, seguidamente experimenta un rápido crecimiento, a continuación, se estabiliza y posteriormente disminuye.

Desde el punto de vista de las destinaciones, se puede concluir que éstas comienzan recibiendo grupos reducidos de visitantes, restringidos por la falta de acceso, instalaciones y conocimiento local, con el aumento de las instalaciones y la conciencia local, el número de visitantes comienza a aumentar y gracias al marketing, la difusión de la información y el desarrollo de instalaciones adicionales éste crece con más rapidez. Posteriormente, la tasa de aumento en el número de visitantes comienza a disminuir,

debido al alcance de los niveles de capacidad de carga, ya sea por factores *ambientales* (escasez de tierra, calidad del agua y del aire) por factores *físicos* (transporte, alojamiento u otros servicios) o bien por factores *sociales* (hacinamiento o resentimiento de la población local) y como consecuencia, las destinos pierden el atractivo y el número de visitantes comienza a disminuir (Butler, 2006).

2.1. Fases

Según la teoría de R. Butler, explicada en el libro “*Aspects of Tourism: The Tourism Area Life Cycle, Vol.1*” las áreas turísticas pasan por cinco principales etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento (Butler, 2006).

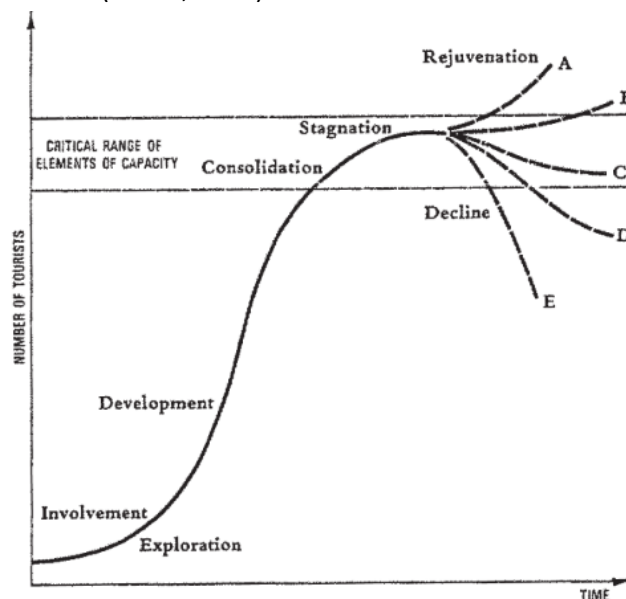


Ilustración 1: Evolución hipotética de un área turística

Fuente: Butler, 2006.

Como se puede observar en la anterior ilustración creada por R. Butler, el número de turistas o visitantes va creciendo en función con el tiempo, comenzando por la fase de *exploración* con un número reducido de turistas, siguiendo por la fase de *implicación*, donde comienza el aumento y la regularidad en el número de visitantes, a continuación, la fase de *desarrollo*, con un crecimiento progresivo, posteriormente la fase de *consolidación*, con el exceso de visitantes en relación con el número de residentes y finalmente la fase de *estancamiento*, donde el número máximo de visitantes se encuentra alcanzado.

Después de la última fase, que se caracteriza por el alcance de los niveles de capacidad, generando así problemas de carácter ambiental, social y económico, el destino pasa a la fase de *post-estancamiento*, donde o bien puede morir (fase del *declive*) o rejuvenecer (fase del *rejuvenecimiento*).

En la fase del *declive*, la zona turística se enfrenta con la incapacidad de competir con las nuevas atracciones de otras áreas y deja de ser atractiva para los visitantes, lo que la convierte en una destinación para viajes de fin de semana o de un día.

En cuanto a la fase de *rejuvenecimiento*, esta da la oportunidad de alargar el proceso de popularidad de la destinación, aunque para ello, deberá realizar cambios radicales en las atracciones en las que se basa el turismo.

2.2. El comportamiento de la demanda y de la oferta en cada fase

Durante la fase de *exploración*, se trata de una demanda de recursos naturales y culturales por parte de un número reducido de turistas con carácter explorador y aventurero y de una oferta de instalaciones locales ya existente, es decir, sin ser adaptada hacia los visitantes por parte de los residentes (Butler, 2006).

Debido al incremento de la demanda durante la fase de la *implicación*, y como la misma palabra lo expresa, algunos residentes locales comienzan a participar en la economía del sector turístico, proporcionando bienes y servicios primarios a los visitantes (Butler, 2006). A medida que esta etapa evoluciona, los organismos de estas áreas ven la necesidad de crear o mejorar redes de transporte u otros servicios para los turistas.

Siguiendo a Pérez Pamela (2012), en la fase de *desarrollo*, la demanda por parte de los turistas es todavía mayor, llegando a superar el número de la población local durante las temporadas altas. Se trata de un mercado turístico ya bien definido gracias a las campañas publicitarias, donde los establecimientos pequeños comienzan a sustituirse por cadenas extranjeras de carácter más moderno. Comienzan a realizarse campañas de marketing dirigidas a algunas atracciones culturales y naturales y en ocasiones se sustituyen por productos importados o artificiales, sin tener en cuenta la opinión de la población local. Por otro lado, se ve necesaria la intervención pública a nivel provincial, regional y estatal, y se crean comercios para los turistas (lavanderías, pizzas).

Una vez el destino se encuentra en la fase de *consolidación*, la demanda sigue incrementando y el número de visitantes excede el número de los residentes locales. La mayor parte de la economía tiene relación con la industria del turismo. Se realizan campañas publicitarias con el fin de extender la temporada del turismo y de maximizar el conocimiento del destino. Se siguen manteniendo las grandes cadenas y franquicias del sector, sin importantes adiciones.

En la fase de *estancamiento*, la demanda llega a su máximo nivel y la destinación se encuentra con un exceso de oferta de camas disponibles y con la necesidad de mantener un nivel de entradas y turistas similar a la etapa de consolidación. Los atractivos naturales se reemplazan por servicios importados y la imagen del destino se separa de su ambiente geográfico.

En la etapa de *declive*, la demanda disminuye notablemente ya que el área no tiene capacidad para competir con localidades nuevas y, por lo tanto, atrae a visitantes con estancias cortas, de fin de semana o un solo día. Además, incrementa la participación de los residentes en la industria ya que el precio de la propiedad de los bienes inmuebles decae y por lo tanto son más asequibles.

Finalmente, durante la etapa de *rejuvenecimiento*, se comienzan a plantear medidas para reposicionar el destino (Pérez Pamela, 2012). Según Butler, esto se puede llevar a cabo si existe un cambio completo de la identidad en la que se basa la atracción turística (Butler, 2006).

2.3. Evolución del turismo en Moldavia

La República de Moldavia es un país de 33.843 km cuadrados, situado en el sureste de Europa, que tiene fronteras con Rumanía al oeste y Ucrania al norte, este y sur (MAEUEC, 2020).

La capital de Moldavia es Chisinau, la ciudad donde se localiza el mayor número de habitantes (820.500), por encima de Balti (151.200), Tiraspol (150.000) y Tighina o Bender (97.000), (OIDMAEC, 2019).

El país forma parte de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) hasta su disolución. El 27 de agosto del 1991 declara la independencia, pero es el año 1994 cuando se aprueba la primera Constitución de la República Moldavia (OIDMAEC, 2019).

Durante la vigencia de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, tanto la coordinación como la organización del turismo es responsabilidad del denominado “Intourist”, un único operador turístico, que consistía en un total de ochenta oficinas en la URSS y treinta y dos en los países socialistas aliados del extranjero (Betivu & Colesnic, 2015).

A continuación, se muestra una tabla con la evolución de las organizaciones y coordinaciones que se han llevado a cabo desde la independencia de la República de Moldavia hasta el año 2011.

| Etapa | Organismo encargado | Actuaciones |
|-------------|---|--|
| 1990 – 1992 | <i>Departamento de Estado de Turismo de la RSS (República Socialista Soviética de Moldavia)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Turismo Internacional • Asociación de Turismo Nacional |
| 1992 – 1994 | <i>Ministerio de Juventud, Deportes y Turismo</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Licencias para empresas turísticas |
| 1995 – 1999 | <i>Departamento del Ministerio de Economía</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de desarrollo turístico • Borrador ley de turismo |
| 2000 – 2001 | <i>Agencia Nacional de Turismo</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto desarrollo sostenible del turismo • Fondo para la promoción y el desarrollo turístico • Primeras rutas turísticas • Web y logotipo turístico |
| 2001 – 2005 | <i>Departamento de Desarrollo Turístico</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de desarrollo del turismo sostenible (2003 - 2015) • Centro nacional de formación en turismo • Sistema nacional de clasificación • Programas nacionales “Pueblo Moldavo” y “Ruta del Vino” |

| | | |
|-------------|--|--|
| 2005 – 2009 | <i>Ministerio de Cultura y Turismo</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Nueva ley de turismo • Plan de desarrollo institucional • Comisión para el desarrollo del turismo en zonas rurales • Rutas turísticas |
| 2009 – 2011 | <i>Agencia de Turismo</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Actualización estrategia turística |

Tabla 1. Etapas del turismo en Moldavia hasta 2011

Fuente: Elaboración propia a partir de (ADTM, 2012)

Como se puede observar, en Moldavia destacan tres grandes etapas del sector turístico entre los años 1990 y 2011. La primera etapa, se localiza entre los años 1990 y 1994, la segunda entre los años 1995 y 1999 y la tercera entre los años 2000 y 2011.

La primera, se considera como una etapa donde el estado tiene un carácter observador hacia el fenómeno turístico.

- Durante los años 1990 y 1992 la observación y coordinación turística pertenece al *Departamento de Estado de Turismo de la RSS (República Socialista Soviética de Moldavia)*, que se encarga de crear la Asociación de Turismo Internacional y Asociación de Turismo Nacional (Moldavia-Tur).
- Entre los años 1992 y 1994, la coordinación del sector turístico pasa a ser responsabilidad del *Ministerio de Juventud, Deportes y Turismo*. En este período, aparecen las licencias para las empresas turísticas y las primeras encuestas estadísticas del sector.

La segunda, se caracteriza por una participación nula en la gestión del sector turístico por parte del estado, pero sí por parte de un *Departamento del Ministerio de Economía* (1995 – 1999). Este, se encarga de gestionar los datos sobre la evolución del sector turístico, elaborar un concepto de desarrollo turístico hasta el año 2005 y preparar el borrador de la primera ley de turismo, la cual sale en vigor a partir del año 2000.

Finalmente, la tercera etapa destaca por la creación de la *Autoridad Nacional de Turismo*, como respuesta a las necesidades de coordinación directa por parte del gobierno del sector turístico, la aplicación de estándares de calidad y el desarrollo del turismo interno y receptor.

- Entre los años 2000 y 2001, la *Agencia Nacional de Turismo* se encarga de elaborar un proyecto de desarrollo sostenible de turismo, establecer un fondo para la promoción y el desarrollo turístico, así como crear las primeras rutas turísticas y elaborar una web y un logotipo turístico de Moldavia.
- Entre los años 2001 y 2005, el *Departamento de Desarrollo Turístico*, elabora una estrategia de desarrollo del turismo sostenible para los años 2003 – 2015, crea el Centro Nacional de Formación Turística, establece un sistema de clasificación para los alojamientos y restauración y elabora junto con otras autoridades, los programas nacionales denominados “Pueblo Moldavo” y “Ruta del Vino” (2004).

- Entre el 2005 y el 2009, el *Ministerio de Cultura y Turismo* se encarga de redactar la nueva ley de turismo y un plan de desarrollo institucional, crear una comisión para el desarrollo del turismo en zonas rurales y elaborar nuevas rutas turísticas.
- Entre el año 2009 y el 2011, se crea *la Agencia de Turismo*, con el objetivo de actualizar la estrategia del turismo y la legislación turística (ADTM, 2012).

La *Agencia de Turismo* coordina y gestiona el sector turístico hasta el año 2018, que es cuando se fusiona con la *Agencia de Inversiones* con el objetivo de contribuir al crecimiento económico, aumentando el nivel de inversión extranjera, el volumen de exportaciones y el desarrollo turístico (*Agenția Turismului a Republicii Moldova*, 2019).

3. MOLDAVIA: COMPONENTES BÁSICOS DEL DESTINO

El presente apartado trata de explicar los componentes básicos del país, entre ellos las características geográficas, meteorológicas y socioeconómicas, así como los recursos turísticos existentes y la accesibilidad.

La bandera del país está compuesta por tres colores (azul, amarillo y rojo) y un escudo. Esta, simboliza los principios democráticos del país, la historia del pueblo moldavo, la igualdad de derechos, la amistad y la solidaridad entre los ciudadanos de la república (*Republica Moldova | Pagina Oficială*).

El idioma oficial del estado es el rumano, aunque a menudo la población nacional lo denomina “moldavo”. Otro idioma común es el ruso y en menor medida el gagauzo (dialecto del turco).

La religión que destaca principalmente es la ortodoxa que representa el 98% del total de la población. El porcentaje restante pertenece a otras minorías entre las que destaca la religión judía.

En cuanto a los grupos étnicos, destacan los moldavos (73,7%), seguidamente los rumanos (6,9%), ucranianos (6,5%), rusos (4%), gagauzos (4,5%), búlgaros (1,8%), gitanos (0,3%) y finalmente judíos (0,1%) (OIDMAEC, 2019).

3.1. Características geográficas y meteorológicas

Como se puede observar en el mapa siguiente, el territorio de Moldavia se divide en cinco regiones de desarrollo: el municipio y también capital del país Chisinau, la región de desarrollo norte, la región de desarrollo centro, la región de desarrollo sur y U.T.A. Gagauzia.

Las regiones de desarrollo se establecen con el objetivo de proporcionar el marco para el desarrollo, implementación y evaluación de las políticas de desarrollo local, pero no se consideran unidades administrativo-territoriales y no tienen personalidad jurídica (*National Bureau of Statistics, 2020*).



Imagen 1: Mapa administrativo de Moldavia

Fuente: Andrein, 2012

En total, el país cuenta con treinta y dos distritos o también los llamados “raioane”¹, tres municipios² y dos unidades territoriales autónomas³.

La República de Moldavia no tiene salidas al mar, pero dispone de diversos ríos⁴, lagos naturales⁵ y artificiales⁶, así como reservas científicas⁷.

El clima de Moldavia es continental templado, con inviernos cortos y suaves, veranos largos y calurosos y unas lluvias moderadas. La temperatura media anual oscila entre 8 – 9 C° en el norte y 10 – 11 C° en el sur y las precipitaciones entre 600 – 650 mm al norte y centro y 500-550 mm al sur y sureste del país (*Republica Moldova | Pagina Oficială*).

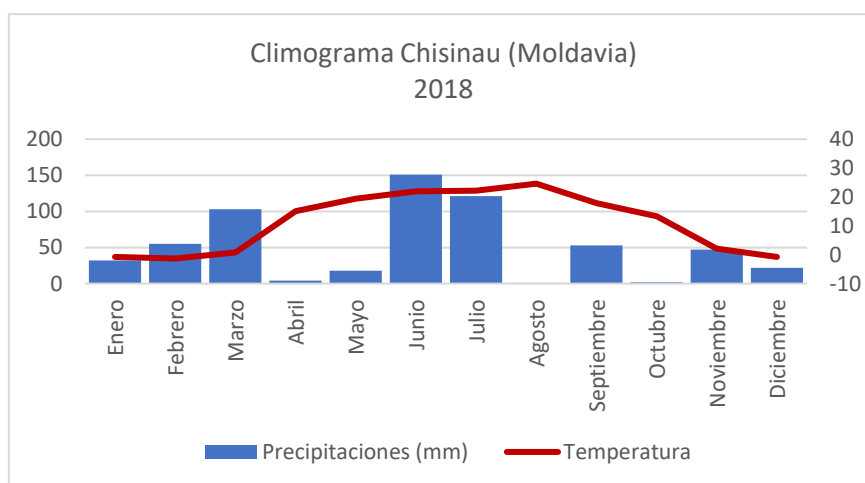


Gráfico 1: Climograma Chisinau (Moldavia) 2018
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se puede observar en el climograma anterior, realizado en base a los datos del año 2018 recogidos en Chisinau, las precipitaciones anuales son moderadas a lo largo del año, siendo los meses de marzo (103 mm), junio (151 mm) y julio (121 mm) los más lluviosos y los meses de abril (4 mm), agosto (1 mm) y octubre (2 mm) los más secos. Las precipitaciones de los meses de enero, febrero, mayo, septiembre, noviembre y diciembre oscilan entre 18 y 55 mm mensuales.

¹ **Distritos:** Anenii Noi, Basarabeasca, Briceni, Cahul, Cantemir, Calarasi, Causeni, Cimislia, Criuleni, Donduşeni, Drochia, Dubasari, Edineţ, Falesti, Floresti, Glodeni, Hancesti, Ialoveni, Leova, Nisporeni, Ocnita, Orhei, Rezina, Rascani, Sangerei, Soroca, Straseni, Şoldanesti, Stefan Voda, Taraclia, Telenesti y Ungheni.

² **Municipios:** Chisinau, Balti y Bender.

³ **Unidades territoriales:** U.T.A. Gagauzia y UATSN Transnistria donde la primera se compone por un municipio (Comrat), dos ciudades (Ceadir-Lunga y Vulcanesti) y veintitrés pueblos y la segunda por un municipio (Tiraspol), cinco distritos (Camenca, Dubasari, Grigoriopol, Ribnita y Slobozia), sesenta y nueve comunes (conjunto de dos o más pueblos dentro del mismo distrito) y sesenta y ocho pueblos.

⁴ **Principales ríos del país:** Botna (152 km), Bac (155 km), Raut (286 km), Nistru o también Dniéster (657 km) y Prut (695 km), siendo este último el más importante del estado.

⁵ **Principales lagos naturales:** Belevu (9,50 km²), Dracele (2,65 km²), Nistru Vechi (1,86 km²), Rosu (1,60 km²), Rotunda (2,08 km²) y Salas (3,72 km²).

⁶ **Principales lagos artificiales:** Stanca-Costesti (59,0 km²), Cuciurgan (27,3 km²), Dubasari (67,5 km²), Ghidighici (6,8 km²), Ialoveni (4,4 km²) y Taraclia (15,1 km²).

⁷ **Principales reservas científicas:** Codru (5.177 ha), Iagorlac (836 ha), Padurea Domneasca (6.032 ha), Plaiul Fagului (5.642 ha) y Prutul de Jos (1.691 ha).

En cuanto a la temperatura, se diferencia la del norte como baja y la del sur como fresca, siendo junio (21,9 C°), julio (22,2 C°) y agosto (24,6 C°) los meses más calurosos y enero (-0,8 C°), febrero (-1,3 C°), marzo (0,8 C°), noviembre (2,1 C°) y diciembre (-0,8 C°) los más fríos. Los meses abril, mayo, septiembre y octubre la temperatura oscila entre 13,3 y 19,4 C°.

3.2. Variables socioeconómicas

Según los datos del año 2019 de la Oficina Nacional de Estadística de la República de Moldavia, el número total de la población es de 3.542.700. El 43,1% del total, reside en áreas urbanas y el 56,9% restante, en áreas rurales.

Para entender en profundidad la población del país, se realiza una pirámide de población distribuida por grupos de edad y género.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, se trata de una pirámide poblacional regresiva con forma de bulbo, donde aparece una base más estrecha que la zona central y más amplia que la cumbre.

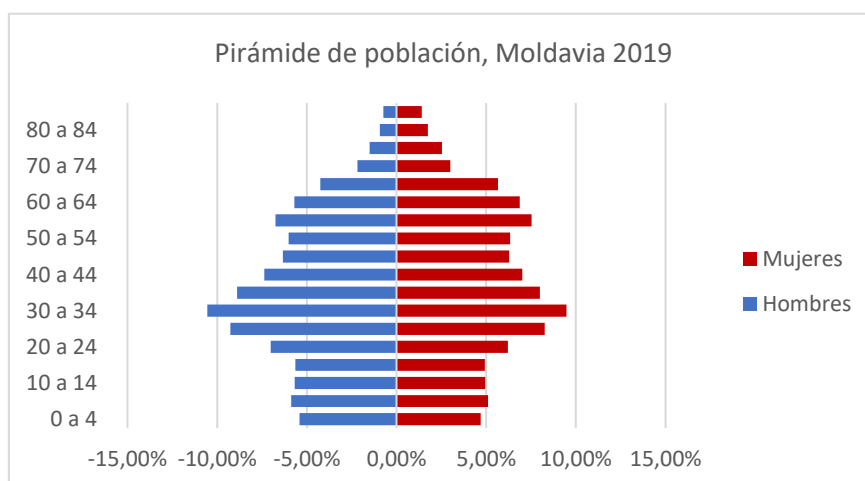


Gráfico 2: Pirámide de población Moldavia 2019

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se aprecia en el gráfico la mayoría de población se concentra en el grupo de edad adulta, el número de la población joven es reducido y el de la población mayor, importante.

Se observa que las mujeres representan el 51,9% y los hombres el 48,1% de la población total. El grupo de edad joven y adulta concentra un mayor número de población masculina y el grupo de edad mayor de población femenina.

En la pirámide también se visualizan entradas y salidas, donde las primeras indican la pérdida de la población y las segundas el crecimiento de esta. Las entradas aparecen principalmente en el grupo de edad adulta, posiblemente debido a emigraciones hacia otros países o la gran reducción de natalidad.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, los principales destinos para los emigrantes moldavos son Rusia, Alemania, Ucrania, USA, Israel y en menor medida Bielorrusia, Austria, Kazajistán, Rumania, Holanda, Canadá y Bulgaria entre otros.

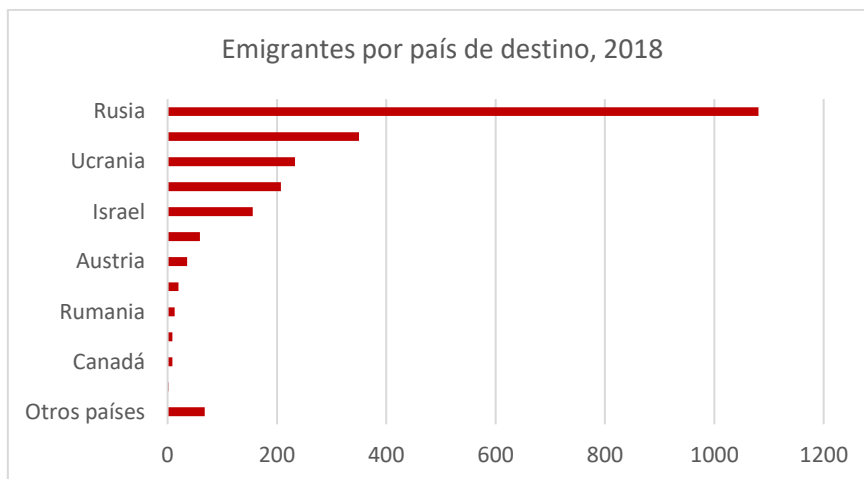


Gráfico 3: Emigrantes por país de destino, 2018

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

En cuanto a las salidas, estas también se concentran mayoritariamente en el grupo de edad adulta y pueden ser causadas por la llegada de inmigrantes o el aumento de natalidad.

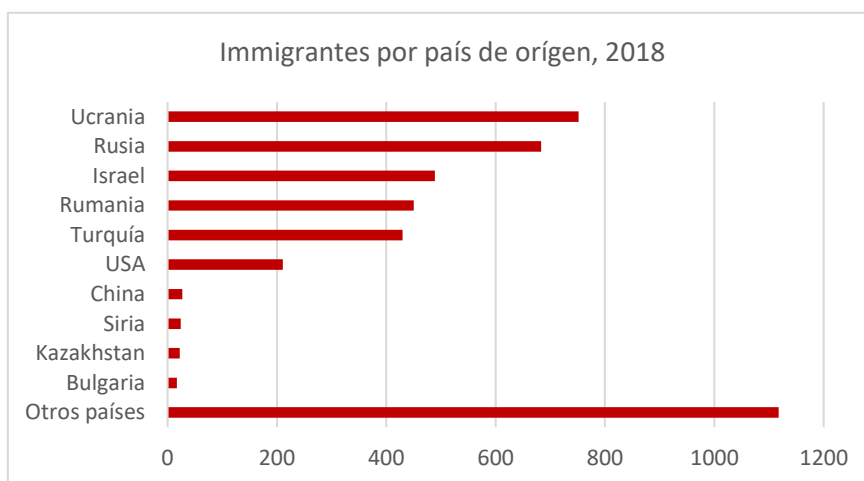


Gráfico 4: Inmigrantes por país de origen, 2018

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se puede apreciar, la mayor parte de los inmigrantes proviene de los países Ucrania, Rusia, Israel, Rumania, Turquía, USA y en menor medida de China, Siria, Kazajistán y Bulgaria entre otros.

En general, se trata de una población envejecida, donde hay un descenso de natalidad y pérdida de la población joven durante los últimos años y donde la esperanza de vida es cada vez mayor.

Con respecto al empleo, según los datos obtenidos en el Anuario Estadístico de Moldavia, la población activa durante el año 2018 representa el 36,4%, mientras que la inactiva el 63,4% restante. De la población activa, el 1,1% se encuentra en desempleo.

Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, el 36,2% de la población activa y empleada trabaja en el sector de la agricultura, silvicultura y la pesca, el 11,8% en la industria, el 4,7% en la construcción y el 47,4% restante en el sector de servicios.

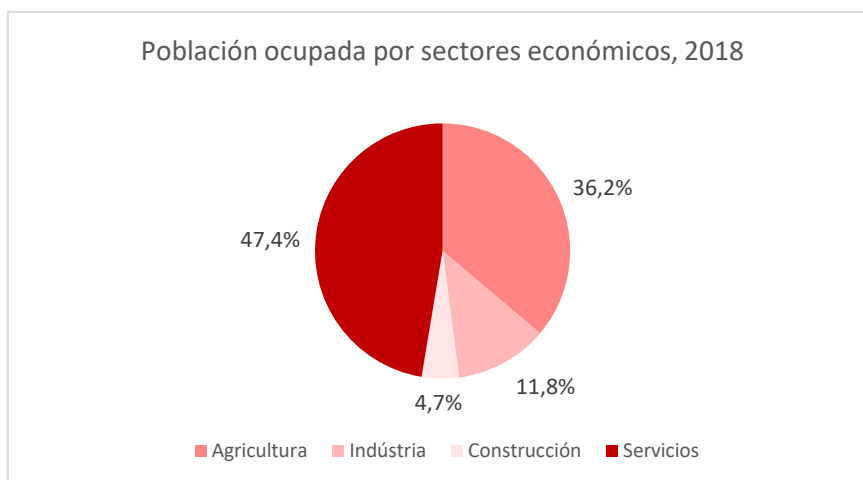


Gráfico 5: Población ocupada por sectores económicos, 2018
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

- De la población ocupada en la industria, el 82,3% se dedica a la manufacturación, el 16,3% al suministro de electricidad, calor, gas y agua y el 1,4% restante a la industria extractiva.
- De los ocupados en los servicios, el 38,9% se dedica a la administración pública, la educación y la asistencia sanitaria y social, el 32,8% a los comercios mayoristas y minoristas y al mantenimiento de vehículos, el 12,2% al transporte y almacenamiento, información y comunicación, y el 16,2% restante se dedica a otras actividades.

El 76,6% de la población ocupada trabaja en propiedades privadas y el 23,4% restante, en propiedades públicas.

En definitiva, por un lado, se observa el gran peso del sector de la agricultura, silvicultura y la pesca en la economía nacional. Por el otro, se aprecia la inexistencia de un apartado en los datos estadísticos para el sector turístico, hecho que demuestra su insignificante peso en la economía nacional.

3.3. Recursos turísticos

Un recurso turístico, es cualquier elemento o componente de un territorio en concreto, que se utiliza como base para el desarrollo de la actividad turística.

El análisis de los recursos es primordial para conocer el potencial de un destino, así como la viabilidad para el desarrollo de la actividad turística.

Existen diversos métodos de clasificación como, por ejemplo, el método:

- P. Defert (1976;1982): hidromo, fitomo, litomo, antropomo y mnémome,
- Fernades Fuster (1985): recursos naturales, socioculturales y económicos,

- Bull (1994): recursos libres y recursos escasos y finalmente el método
- OEA, Organización de Estados Americanos (1978) que clasifica los recursos en: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (Jean et al., 2014).

A continuación, se detallan algunos recursos turísticos de Moldavia, siguiendo la clasificación de la OEA:

| Tipo | Subtipo | Descripción | Ubicación |
|---|--|---|--|
| Sitios naturales | Lagos, lagunas y esteros | Lagos: Beleu, Dracele, Rotonda, Manta, Fontan, Bic, Crasnoie | A lo largo del río Prut y en el valle del río Dniester |
| | Ríos y arroyos | Ríos: Dniéster, Rautul, Ichel, Prut, Racovat, Draghiste, Cubolta, Bogda, Botna, Larga, Bic, Cusmirca, Ciuhur, Camenca, Cogilnic, Lapusna Arroyos: Birnova, Cosarau | A lo largo del río Prut, Dniéster y en el interior |
| | Caídas de agua | Cascadas Tipova, Saharna | Centro |
| | Grutas y cavernas | Pestera Criva o Emil Racovita, Pestera Surprizerol | Centro y norte |
| | Lugares de observación de flora y fauna | Reserva Codri, Padurea Domneasca, | Centro y norte |
| | Termas | Balneario Nufarul alb | Sur |
| | Parques nacionales y reservas de flora y fauna | Taul, Vasile Alexandri, Valea Morilor, Parque Milesti, Parque municipal Balti, Temeleuti, Stefan cel Mare, Valea Trandafirilor, Riscani-Ciocana, Posta Veche, Hincauti, | Centro Norte Alguno en el sur |
| Museos y manifestaciones culturales históricas | Museos | Museo Nacional de Etnografía e Historia Natural, Museo del pueblo, Museo Nacional de Arte de Moldavia, Museo Nacional de Arqueología e Historia de Moldavia, Museo de la Historia de la ciudad Chisinau, Museo de Historia Militar, Museo de Artesanía Popular, Complejo museístico Orheiul Vechi, Museo de Historia y Etnografía, Complejo museístico “Saharna-Tipova”, Diversos museos de Historia y Etnografía | Centro Alguno en el norte y en el sur |

| | | | |
|------------------------------------|--|--|--------------------------------|
| | Lugares históricos | Orheiul Vechi, Cetatea Soroca, Conacul lui Manuc Bei, Monasterio Curchi, Monasterio de Capriana, Monasterio Hancu, Bodega Milestii Mici, Ciudad subterránea Cricova, Castillo Mimi | Centro y norte |
| Folklore | Manifestaciones religiosas y creencias populares | Año nuevo, Craciunul, Pastele, Martisor, 8 de marzo, 9 de mayo, Día de la independencia, Limba noastra | Todo el territorio de Moldavia |
| | Música y danzas | Hora, Sarba | Todo el territorio de Moldavia |
| | Artesanías y artes populares | Fabricación de objetos de cerámica, productos de cuero, manteles, alfombras; bordado de textiles; tejido con ganchillo. | Todo el territorio de Moldavia |
| | Comidas y bebidas típicas | Mamaliga, Placinte, Zeama, Ciorba, Sarmale, Pan, Vino. | Todo el territorio de Moldavia |
| | Grupos étnicos | Moldavos, rumanos, ucranianos, gagauzos, búlgaros, gitanos, judíos. | Todo el territorio |
| Acontecimientos programados | Artísticos | Underland Wine and Music Fest, Martisor, Duminica Mare, Ziua Portului Popular, IA Mania, Frumos Cover Basarabean, La Vatra Olarului Vasilii Gonciari, Cucuteni, Día nacional del Vino, Coverul Dorului | Centro y Norte |
| | Deportivos | Milestii Mici Wine Run, Orheiul Vechi Mountaing Bike Marathon, Purcari Wine Run, Maraton Internacional de Chisinau | Centro, Sur |
| | Ferías y exposiciones | Vernisajul Vinului | Centro |
| | Concursos | Lupta Vinificatorilor | Sur |

Tabla 2. Recursos turísticos de Moldavia según la clasificación OEA

Fuente: Elaboración propia a partir de: (Moldovenii,), (Visit.MD), (Republica Moldova | Pagina Oficială), (ICOM), (Wine of Moldova), (All about Republic of Moldova), (Heymoldova.com), (OIDMAEC, 2019), (Moldova Travel).

Por lo que respecta a los lugares naturales, destacan los diversos lagos pintorescos situados a lo largo del río del río Prut y Dniester, así como diversos ríos paisajísticos, algunas cascadas, cavernas, reservas de flora y fauna y una gran cantidad de parques históricos, situados mayoritariamente en el norte y el centro del país.

En cuanto a los museos y manifestaciones culturales, por un lado, destaca la gran cantidad de museos, algunos históricos, ubicados en el centro del país, principalmente en Chisinau y Orhei. Por el otro, destacan los lugares y las bodegas históricas únicas, principalmente ubicadas en el centro y el norte de Moldavia.

Referente al folklore, resaltan las creencias y manifestaciones que se celebran con bailes populares, conciertos o exhibiciones, las artesanías peculiares de los pueblos moldavos, la gran variedad de comida y bebida, donde destaca el vino como el producto clave y finalmente la diversidad étnica en todo el territorio, destacando el área gagauza.

Finalmente, respecto a los acontecimientos programados, se observa una gran variedad para el año 2020, que se celebran en el centro del país, principalmente en Chisinau. Gran parte de los eventos están relacionados con la cultura y el vino moldavo.

En definitiva, se aprecia que hay una gran variedad de recursos que son y algunos otros pueden ser, el motor para atraer a turistas nacionales e internacionales. La mayoría de éstos, están ubicados en áreas del centro y del norte del país, aunque también existen en el sur.

3.4. Accesibilidad

Como ya se ha mencionado con anterioridad, Moldavia es una república parlamentaria, según la Constitución aprobada el año 1994. Actualmente, en el interior del país existen dos áreas que no se consideran parte de la república: Transnistria y Gagauzia.

El área de Transnistria, proclama su independencia el año 1992 pero no es reconocida por el gobierno del país, quedando así la situación interna con un “conflicto congelado”. En cuanto a la zona de Gagauzia, esta dispone de un estatus especial desde el año 1994 hasta la actualidad (OIDMAEC, 2019).

El año 2019, Moldavia sufre una gran crisis política donde dos gobiernos (el gobierno surgido de la coalición entre el Partido Socialista prorruso y el ACUM europeísta y el formado por el Partido Demócrata) exigen el control del país, debido a la inestabilidad y los escándalos de corrupción durante los últimos años. Después de varios días de huelga en la capital y de la mediación entre los diplomáticos rusos, estadounidenses y europeos, esta crisis queda resuelta con la retirada del Partido Demócrata (SAHUQUILLO, 2019).

Actualmente, el estado se encuentra políticamente estable, siendo Igor Dodon, antiguo miembro del Partido Socialista de la República de Moldavia, el presidente vigente (Președinția Republicii Moldova, 2020).

Para acceder al país, se debe presentar pasaporte con una vigencia de tres meses como mínimo, desde la fecha de entrada. Para estancias inferiores a noventa días, todos los miembros de la Unión Europea no necesitan disponer de visado. En cambio, para las superiores a noventa días, se requiere visitar la Oficina de Inmigración y Asilo de Moldavia.

En caso del acceso al país a través de la frontera moldavo-ucrania, el Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Moldova advierte la necesidad de registrarse durante las primeras setenta y dos

horas desde la entrada en las Oficinas Públicas Locales de Registro o bien en las Oficinas Locales de Migración y Asilo (MAEUEC, 2020).

Por lo que respecta a la unidad monetaria, se denomina “leu” (código ISO: MDL). A fecha de hoy, diez de julio del 2020, los principales cambios monetarios son los siguientes:

| | EUR | USD | GBP | RON | RUB | CAD |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 MDL | 0,05162 | 0,05835 | 0,04619 | 0,24995 | 4,13313 | 0,07930 |
| Invertido | 19,3707 | 17,1381 | 21,6480 | 4,00073 | 0,24195 | 12,6108 |

Tabla 3: Principales tipos de cambio cruzados de MDL, 2020

Fuente: Elaboración propia a partir de: (XE, 2020.)

Respecto a las infraestructuras de transporte la vía férrea, vía aérea y carretera son los medios de comunicación para acceder al país. Dentro del estado, se puede transportar en autobús, taxi, trolebús o transportes fluviales.

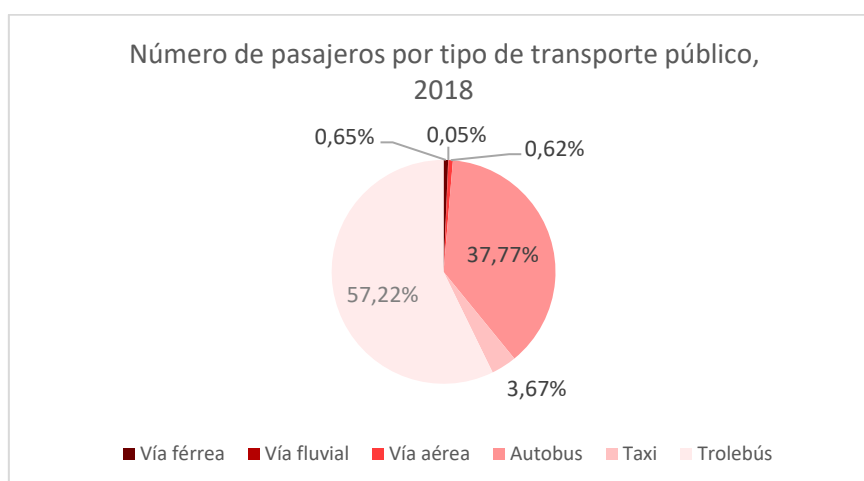


Gráfico 6: Número de pasajeros por tipo de transporte público, 2018

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

En total, Moldavia dispone de 10.580 km en carretera, 5.904 km de los cuales son carreteras nacionales, 3.394 km locales y 1.200 km administrados por la autoridad local Transnistria. Hasta el año 2018 se construyen y rehabilitan más de 740 km de carreteras y se elaboran proyectos de desarrollo de cara al futuro (OECE, 2019).

En cuanto a las infraestructuras ferroviarias, se observa que el 0,65% de los pasajeros utiliza este medio de transporte para trasladarse.

Actualmente “Calea Ferata din Moldova” es la empresa estatal de transporte ferroviario. Los ferrocarriles disponen de infraestructura desarrollada, con un total de noventa estaciones (Ministerul Economiei și Infrastructurii, 2020).

Tanto las carreteras como las infraestructuras ferroviarias son considerados como las principales vías de comunicación del país y la principal forma para el transporte de mercancías (OECE, 2019).

Respecto a las comunicaciones aéreas, como se puede observar en el gráfico, el 0,62% de los pasajeros utiliza como medio de transporte los aviones. El principal aeropuerto de Moldavia está situado en la capital (Aeropuerto Internacional de Chisinau), de donde parten la mayoría de los vuelos internacionales.

De las cuatro compañías aéreas existentes en el país, Air Moldova es la más importante, que ofrece vuelos regulares a veinte destinos europeos, entre los cuales se encuentran Barcelona y Madrid.

Otros dos aeropuertos importantes a nivel nacional son el Aeropuerto Internacional de Balti y el Aeropuerto Internacional de Marculesti, considerado el primero de los anteriormente mencionados como el segundo aeropuerto más grande del país.

Tanto el Aeropuerto Internacional de Balti como el Aeropuerto Internacional de Marculesti, están pendientes de rehabilitación y modernización.

Finalmente, por lo que respecta a las comunicaciones por vía fluvial, como se puede observar en el gráfico anterior, tan solo el 0,05% del total de pasajeros las utiliza como medio de transporte, ya que mayoritariamente los ríos principales del país (Dniester y Prut) son utilizados para el transporte de mercancías nacionales.

En definitiva, se observa que los principales medios de acceso a Moldavia son por vía férrea y vía aérea y los medios de transporte más destacados para la movilidad interior son el trolebuses y autobuses.

4. FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MOLDAVIA

El siguiente apartado consiste en el análisis y la explicación de las diferentes variables turísticas con el fin de determinar la fase en la que se encuentra Moldavia como destinación turística según la teoría de Richard Butler.

4.1. El perfil del turista

El año 2019, Moldavia recibe un total de 19.848 turistas, aproximadamente catorce veces menos que el año 1992, donde el número total era de 292.220 llegadas internacionales.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, hay un gran descenso entre los años 1992 y 1994, donde el país pasa de recibir 292.220 turistas el primer año a recibir 26.048 turistas el segundo año mencionado.

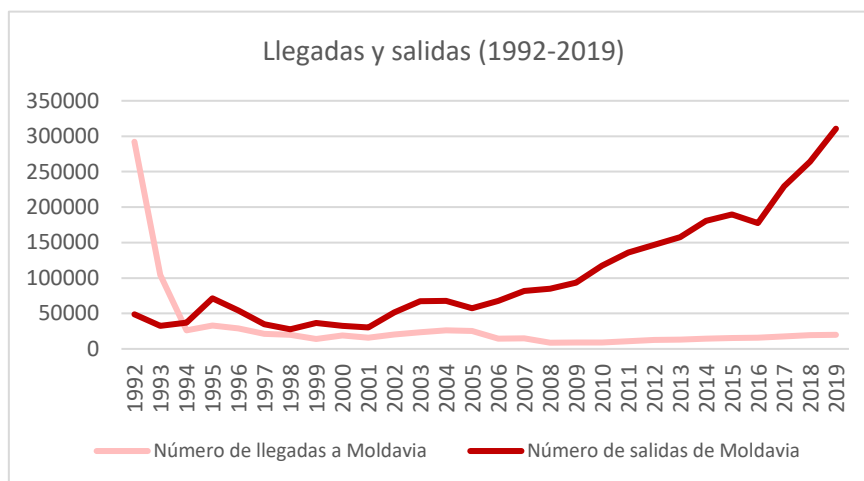


Gráfico 7: Llegadas y salidas (1992-2019)

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Entre los años 1994 y 2010, se aprecia una evolución de llegadas inestable. Durante este período, destaca el año 2008, durante el cual llegaron 8.710 turistas internacionales, el número más reducido desde el año 1992. Después de la drástica bajada, el año 2010, Moldavia comienza a aumentar progresivamente el número de llegadas internacionales.

En cuanto a las salidas, el año 2019 el país emite un total de 310.649 turistas moldavos al extranjero, aproximadamente seis veces más que el año 1992, donde el número total de salidas era de 48.849.

Se observa una evolución irregular entre los años 1992 y 2002, donde anualmente se emiten menos de 50.000 turistas, exceptuando el año 1995, donde el número total aumenta a 71.298 salidas y el 1996 a 54.112 salidas al extranjero.

Entre el año 2002 y el 2006, el número de salidas comienza a aumentar constantemente, pasando de emitir 51.577 turistas, a emitir 67.826 turistas el año 2006, exceptuando el año 2005 donde se aprecia un pequeño descenso.

A partir del año 2006, el número de salidas aumenta con más potencia, pasando de emitir 67.826 a emitir 310.649 turistas moldavos al extranjero, el mayor número desde el año 1992. Durante este período se exceptúa el año 2016, donde el número disminuye ligeramente.

En general, se observa que el turismo emisor se encuentra por encima del turismo receptor, a pesar de que éste último esté comenzando a aumentar.

En cuanto a las pernoctaciones, el año 2019 los alojamientos turísticos de Moldavia reciben en total 1.667.793 de pernoctaciones, el 20,4% de las cuales pertenecen a los visitantes extranjeros y el 79,6% restante a los nacionales.

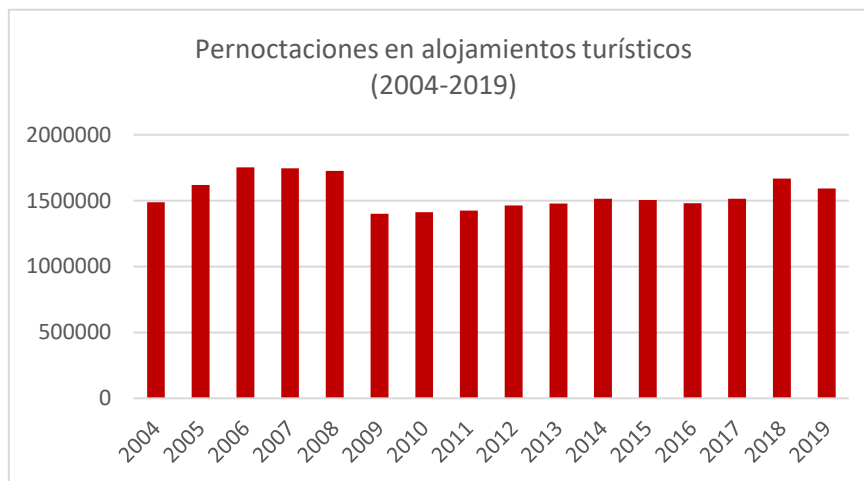


Gráfico 8: Pernoctaciones en alojamientos turísticos (2004-2019)

Fuente: *Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)*

Como se puede apreciar en el gráfico, hay un leve incremento entre los años 2004 – 2006, donde el número varía de 1.487.585 a 1.752.963 pernoctaciones.

A partir del año 2006, el número disminuye notablemente hasta llegar a 1.400.063 pernoctaciones el año 2009.

Este último año, comienzan a aumentar gradualmente, hasta obtener un total de 1.667.793 pernoctaciones el año 2018, exceptuando el período 2015 – 2016, donde el número total de pernoctaciones padece un leve descenso.

El año 2019, se observa un descenso respecto al año anterior, pasando de 1.667.797 pernoctaciones el año 2018 a 1.591.275 el año 2019.

La duración media de las estancias en estructuras de alojamiento colectivo turístico el año 2019, es de 4,5 noches, siendo 2,1 noches la media de los visitantes extranjeros y 6,4 de los visitantes nacionales. En definitiva, se observa que las estancias de los turistas nacionales son tres veces más largas que las estancias de los extranjeros.

Por lo que respecta al origen de las llegadas internacionales, así como las destinaciones preferentes por parte de los turistas moldavos, se observan diversos cambios desde la proclamación de Moldavia como un país independiente.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la mayoría de las llegadas internacionales durante los primeros años de la independencia de Moldavia (1992 – 1993) pertenecen a la *Comunidad de Estados Independientes*.

A partir del año 1994 las llegadas de los turistas de la *CEI* comienzan a disminuir gradualmente hasta el año 2019.

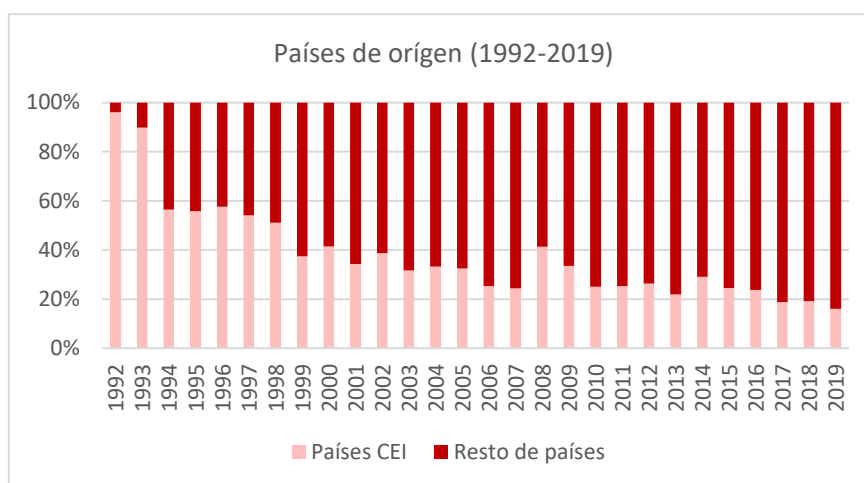


Gráfico 9: Países de origen (1992-2019)

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se aprecia en la siguiente tabla, el año 1992 el 96,15% de las llegadas internacionales pertenecía a los países de la CEI. Principalmente provenían de Ucrania (40,76%), Federación Rusa (36,50%), Armenia (10,07%) y Bielorrusia (6,72%). El 3,85% restante pertenecía a otros siete países extranjeros, entre los cuales destacaba Lituania (1,75%) y Rumanía (1,59%).

El año 2019, las llegadas de los países de la *CEI* tan solo representan el 16,04% del total, donde principalmente destaca la Federación Rusa (7,04%) y Ucrania (6,61%). El 83,96% restante pertenece al resto de países del mundo. Destacan principalmente Rumanía (17,41%), Austria (13,21%) y Alemania (7,99%) entre otros.

| Llegadas internacionales | | | | | |
|--------------------------|---------------|---------------|--------------------------|--------------|---------------|
| Año 1992 | | | Año 2019 | | |
| Total por países | 292220 | | Total por países | 19848 | |
| Países CEI | 280981 | 96,15% | Países CEI | 3184 | 16,04% |
| Ucrania | 119111 | 40,76% | 1 Federación Rusa | 1398 | 7,04% |
| Federación Rusa | 106662 | 36,50% | 2 Ucrania | 1312 | 6,61% |
| Armenia | 29436 | 10,07% | 3 Bielorrusia | 174 | 0,88% |
| Bielorrusia | 19648 | 6,72% | 4 Azerbaiyán | 118 | 0,59% |
| Georgia (CEI) | 2929 | 1,00% | 5 Armenia | 92 | 0,46% |

| | | | | | | |
|---------------------|--------------|--------------|----|---------------------|--------------|---------------|
| Kazakhstán | 2183 | 0,75% | 6 | Kazakhstán | 35 | 0,18% |
| Uzbekistán | 282 | 0,10% | 7 | Uzbekistán | 30 | 0,15% |
| Kirguistán | 280 | 0,10% | 8 | Tayikistán | 20 | 0,10% |
| Turkmenistán | 239 | 0,08% | 9 | Turkmenistán | 3 | 0,02% |
| Azerbaiyán | 211 | 0,07% | 10 | Kirguistán | 2 | 0,01% |
| Tayikistán | - | - | 11 | Georgia (CEI) | - | - |
| Resto países | 11239 | 3,85% | | Resto países | 16664 | 83,96% |
| Lituania | 5120 | 1,75% | 1 | Rumania | 3455 | 17,41% |
| Rumanía | 4632 | 1,59% | 2 | Austria | 2622 | 13,21% |
| Letonia | 831 | 0,28% | 3 | Alemania | 1585 | 7,99% |
| Turquía | 237 | 0,08% | 4 | Polonia | 990 | 4,99% |
| Bulgaria | 227 | 0,08% | 5 | Reino Unido | 958 | 4,83% |
| Estados Unidos | 148 | 0,05% | 6 | China | 841 | 4,24% |
| Estonia | 44 | 0,02% | 7 | Italia | 571 | 2,88% |
| - | - | - | 8 | Estados Unidos | 491 | 2,47% |
| - | - | - | 9 | Países Bajos | 452 | 2,28% |
| - | - | - | 10 | Japón | 431 | 2,17% |
| - | - | - | 11 | Turquía | 357 | 1,80% |
| - | - | - | 12 | Suecia | 288 | 1,45% |
| - | - | - | 13 | Finlandia | 277 | 1,40% |
| - | - | - | 14 | Israel | 235 | 1,18% |
| - | - | - | 15 | Francia | 232 | 1,17% |
| - | - | - | 16 | Suiza | 216 | 1,09% |
| - | - | - | | Otros países | 2663 | 13,42% |

Tabla 4: Comparación de llegadas internacionales (1992 vs. 2019)
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

En cuanto a los destinos que escogen los turistas moldavos entre los años 1992 y 2019, se observa que en general se trata de países fuera de la *Comunidad de Estados Independientes*.

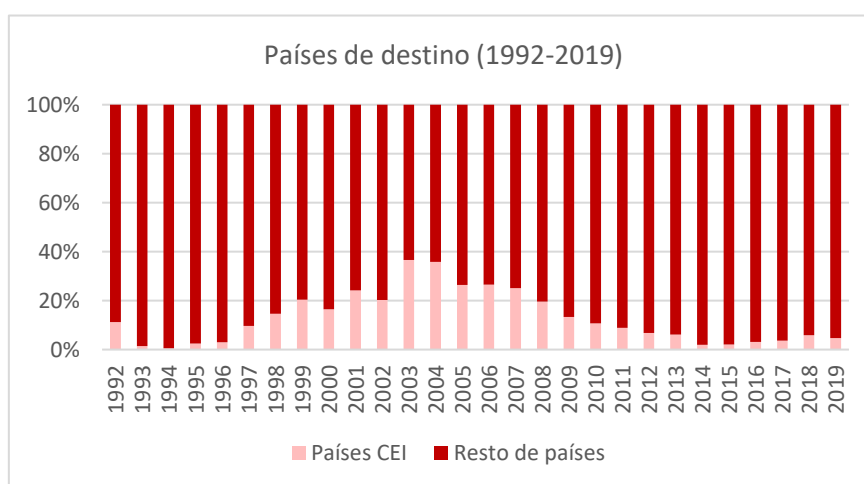


Gráfico 10: Países de destino (1992-2019)
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el año 1992 las salidas a los países de la CEI representan un 11,26%, siendo las principales y únicas destinaciones Ucrania (7,16%), Federación Rusa (3,89%) y Bielorrusia (0,20%). El 88,74% restante, representaban los viajes a otros ocho países extranjeros, donde destacaban Rumanía (56,99%) y Polonia (16,54%).

El año 2019, las visitas a los países de la CEI representan el 4,72%, todavía menos que el año 1992, siendo los principales destinos Ucrania (4,33%) y en menor medida la Federación Rusa (0,35%). El 95,28% restante, pertenece a las salidas hacia otros países extranjeros del resto del mundo. Entre estos, destaca Turquía (31,67%), Bulgaria (27,63%), Rumanía (13,50%), Egipto (7,88%) y Grecia (6,46%) entre otros.

| Salidas al extranjero | | | | | | |
|----------------------------------|-------|--------|----|------------------------|--------|--------|
| Año 1992 | | | | Año 2019 | | |
| Total por países | 48849 | | | Total por países | 310649 | |
| Países CEI | 5500 | 11,26% | | Países CEI | 14677 | 4,72% |
| Ucrania | 3500 | 7,16% | 1 | Ucrania | 13458 | 4,33% |
| Federación Rusa | 1900 | 3,89% | 2 | Federación Rusa | 1084 | 0,35% |
| Bielorrusia | 100 | 0,20% | 3 | Azerbaiyán | 60 | 0,02% |
| Armenia | - | - | 4 | Bielorrusia | 43 | 0,01% |
| Georgia (CEI) | - | - | 5 | Kazakhstán | 19 | 0,01% |
| Kazakhstán | - | - | 6 | Armenia | 8 | 0,00% |
| Uzbekistán | - | - | 7 | Kirguistán | 3 | 0,00% |
| Kirguistán | - | - | 8 | Uzbekistán | 2 | 0,00% |
| Turkmenistán | - | - | 9 | Georgia (CEI) | - | - |
| Azerbaiyán | - | - | 10 | Tayikistán | - | - |
| Tayikistán | - | - | 11 | Turkmenistán | - | - |
| Resto países | 43349 | 88,74% | | Resto países | 295972 | 95,28% |
| Rumanía | 27841 | 56,99% | 1 | Turquía | 98398 | 31,67% |
| Polonia | 8081 | 16,54% | 2 | Bulgaria | 85837 | 27,63% |
| Bulgaria | 2988 | 6,12% | 3 | Rumanía | 41943 | 13,50% |
| Turquía | 2988 | 6,12% | 4 | Egipto | 24483 | 7,88% |
| China | 553 | 1,13% | 5 | Grecia | 20061 | 6,46% |
| Hungría | 482 | 0,99% | 6 | Hungría | 3284 | 1,06% |
| Yugoslavia (Serbia y Montenegro) | 391 | 0,80% | 7 | Italia | 3176 | 1,02% |
| Grecia | 25 | 0,05% | 8 | España | 2505 | 0,81% |
| - | - | - | 9 | Montenegro | 2370 | 0,76% |
| - | - | - | 10 | Emiratos Árabes Unidos | 1670 | 0,54% |
| - | - | - | 11 | República Checa | 1599 | 0,51% |
| - | - | - | 12 | Austria | 1285 | 0,41% |
| - | - | - | 13 | Francia | 1017 | 0,33% |
| - | - | - | 14 | Alemania | 947 | 0,30% |

| | | | | | | |
|---|---|---|----|--------------|------|-------|
| - | - | - | 15 | Israel | 800 | 0,26% |
| - | - | - | 16 | China | 665 | 0,21% |
| - | - | - | | Otros países | 5932 | 1,91% |

Tabla 5: Comparación de salidas al extranjero (1992 vs. 2019)
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

En definitiva, respecto a las llegadas de turistas internacionales, se observa el incremento en el grado de apertura al exterior respecto a la antigua Unión Soviética, desde la proclamación de la independencia hasta la actualidad.

También se aprecia, que la gran parte de visitas internacionales proviene de países próximos a Moldavia como ahora Rumanía, Ucrania y Rusia y un poco más lejanos como Austria, Alemania, Polonia o Reino Unido entre otros.

En cuanto a las salidas, se observa que la mayoría son hacia países fuera de la CEI y próximos al país de origen. Se trata de países como Turquía, Bulgaria, Rumanía, Egipto o Grecia, destinos que tienen recursos de los que carece Moldavia, como por ejemplo la playa o la montaña.

Por lo que respecta a las preferencias de alojamiento turístico, como se puede observar en el siguiente gráfico, los turistas nacionales se alojan principalmente en hostales, campamentos de verano para niños, campamentos y otras estructuras recreativas y en pensiones turísticas. Algunos también se alojan en hoteles y moteles.

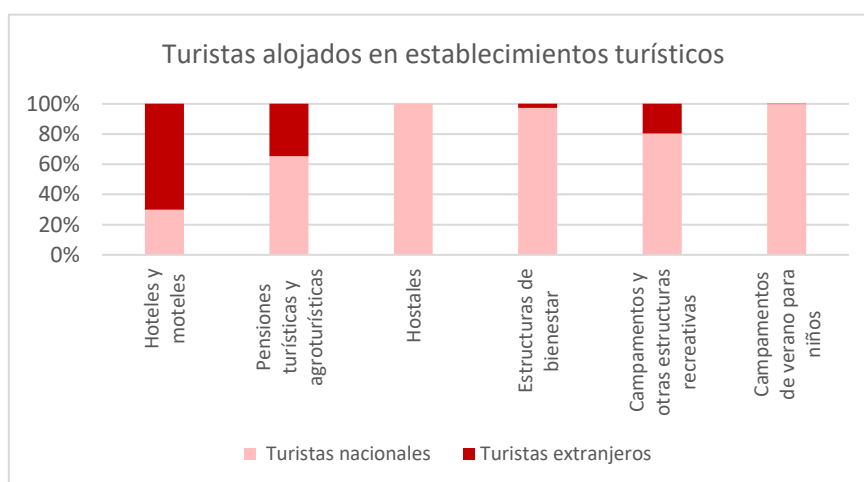


Gráfico 11: Turistas alojados en establecimientos turísticos, 2018
Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

En cuanto a los visitantes extranjeros, prefieren alojarse en hoteles y moteles, algunos en pensiones turísticas y agroturísticas y en menor medida en campamentos y estructuras de bienestar.

4.2. La oferta de alojamiento

Entre los años 2004 – 2019 número de los establecimientos de recepción turística en Moldavia ha tenido leves variaciones.

Como se puede observar en el gráfico, hay una evolución progresiva desde el año 2004, donde el número total es de 184 alojamientos, hasta el año 2014, donde el número aumenta a 275 alojamientos turísticos, el pico más alto desde el año 2004. Durante este período se exceptúa el año 2011 debido a una disminución ligera en el número de establecimientos.

Entre los años 2014 y 2015, el número disminuye a 249 establecimientos turísticos y posteriormente vuelve a aumentar hasta a un total de 269 alojamientos el año 2018.

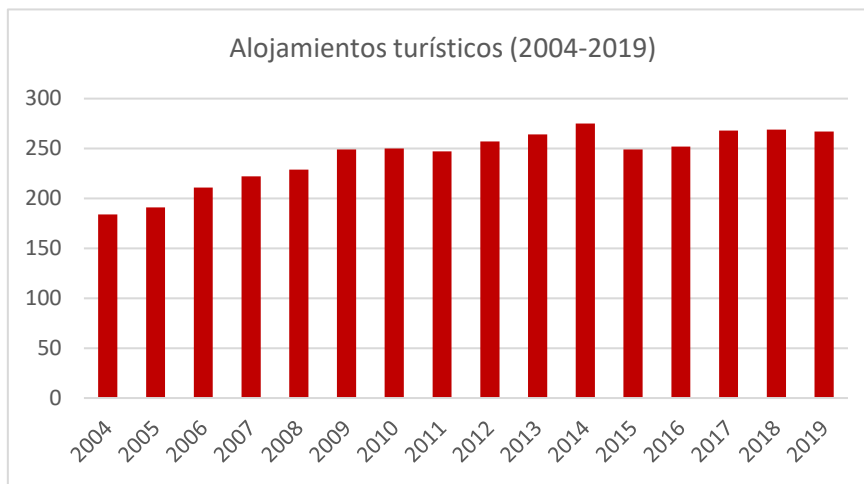


Gráfico 12: Alojamientos turísticos (2004-2019)

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Finalmente, el año 2019 la oferta de establecimientos turísticos se reduce ligeramente, pasando de 269 el año 2018 a 267 alojamientos el año 2019.

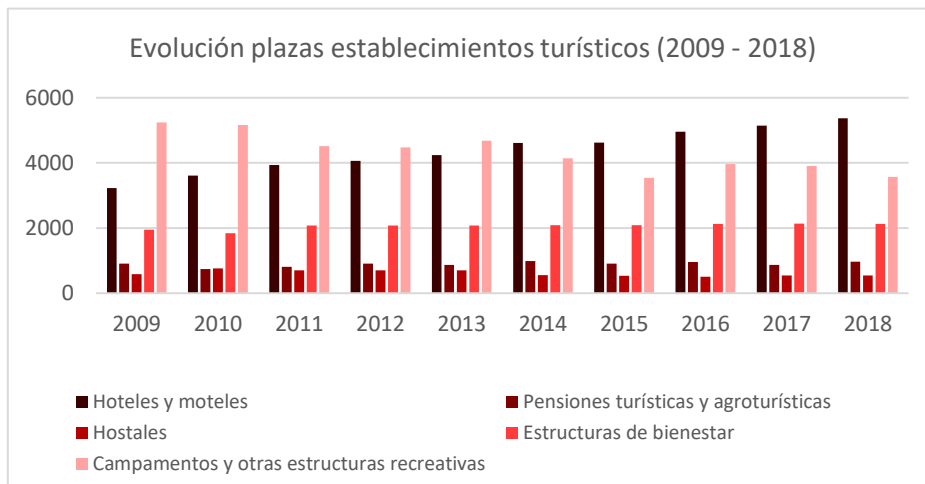


Gráfico 13: Plazas de establecimientos turísticos (2009-2018)

Fuente: Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)

Como se aprecia en el gráfico anterior, por un lado, destaca el aumento progresivo en el número de plazas hoteleras y de moteles pasando de 3.231 plazas el año 2009 a 5.373 el 2019, también el de las pensiones turísticas y agroturísticas, pasando de 913 plazas en el 2009 a 964 en el 2018, así como de las estructuras de bienestar que pasan de 1.954 plazas el año 2009 a 2.130 el año 2018.

Por otro lado, se observa la disminución del número de plazas en los hostales, pasando de 583 el año 2009 a 545 el 2018, en los campamentos y otras estructuras recreativas, de 5.242 el 2009 a 3.576 plazas el 2018.

En definitiva, el año 2018 Moldavia dispone de un total de 269 establecimientos de recepción turística y una capacidad máxima para 25.636 personas.

Se observa que, por un lado, destacan los hoteles y moteles de tres, cuatro y cinco estrellas, con una capacidad máxima de 5.373 plazas y por el otro, los campamentos infantiles, con un total de 13.048 plazas.

| Establecimientos de recepción turística, 2018 | | | |
|--|---|-------------------------------|-------------------------|
| | | Total establecimientos | Capacidad máxima |
| Hoteles y establecimientos similares [143] | Hoteles y moteles | 107 | 5373 plazas |
| | 4/5 estrellas | 30 | - |
| | 3 estrellas | 40 | - |
| | 2 estrellas | 24 | - |
| | Pensiones turísticas y agroturísticas | 33 | 964 plazas |
| | Hostales | 3 | 545 plazas |
| Otros establecimientos de recepción turística [126] | Estructuras de bienestar | 8 | 2130 plazas |
| | Campamentos y otras estructuras recreativas | 59 | 3576 plazas |
| | Campamentos de verano para niños | 59 | 13048 plazas |
| Total | | 269 | 25636 plazas |

Tabla 6: Establecimientos de recepción turística, 2018
Fuente: *Elaboración propia a partir de: (National Bureau of Statistics)*

4.3. Los productos turísticos

La República de Moldavia tiene un total de veinte rutas turísticas nacionales, las cuales tratan de dar a conocer el patrimonio cultural, la historia, las tradiciones y los lugares más pintorescos de todo el país.

| Nombre | Itinerario | Tipo de ruta | Tema del viaje | Longitud | Duración |
|-------------------------|---|---------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------|
| 1. Orheiul Vechi | Chisinau-Ivancea-Branesti-Trebujeni-Butuceni-Chisinau | Lineal | Cultura, historia, arqueología | 130 km ida y vuelta | 5 – 8 horas |

| | | | | | |
|--|---|----------|---|---------------------|---------------|
| 2. El reino del vino moldavo | Chisinau-Stauceni-Criuleni-Cricova - Chisinau | Lineal | Cultura y tradiciones del vino | 95 km ida y vuelta | 5 – 7 horas |
| 3. Colección Guinness del Libro de Oro | Chisinau-Ialoveni-Costesti-Milestii-Mici-Chisinau | Lineal | Cultura y tradiciones del vino | 80 km ida y vuelta | 5 – 7 horas |
| 4. Tras las huellas de Manuc Bei | Chisinau-Suruceni-Hancesti-Lapusna-Bardar-Chisinau | Lineal | Fauna, cultura del vino, cultura religiosa | 120 km ida y vuelta | 5 – 7 horas |
| 5. Llanuras de Orhei | Chisinau-Peresecina-Donici-Curchi-Vatici-Campamento-Orhei-Chisinau | Radial | Cultural-turístico, literario, religioso | 180 km ida y vuelta | 7 – 9 horas |
| 6. Monasterios de misterio y espiritualidad | Chisinau-Tipova-Lalova-Saharna-Pripiceni-Chisinau | Radial | Cultural-histórico, religioso, aventura | 260 km ida y vuelta | 10 – 12 horas |
| 7. Monasterios de Calarasi | Chisinau-Calarasi-Frumoasa-Raciula-Harbovat-Harjauca-Palanca-Hoginesti-Chisinau | Circular | Religioso, costumbres y tradiciones | 190 km ida y vuelta | 8 – 10 horas |
| 8. La ruta de la cultura y literatura | Chisinau-Varvaresti-Dolna-Vorniceni-Panasesti-Cojusna-Chisinau | Circular | Literario, cultural, religioso, vitivinícola | 210 km ida y vuelta | 8 – 9 horas |
| 9. Joyas arquitectónicas medievales | Chisinau-Soroca-Cosauti-Rudi-Arionesti-Calaraseuca-Chisinau | Radial | Histórico, cultural, religioso | 480 km ida y vuelta | 10 – 12 horas |
| 10. Por las ciudades del norte de Moldavia | Chisinau-Sangerei-Balti-Zabriceni-Edinet-Ulraul-Drochia-Bocancea-Chisinau | Radial | Conocimiento del potencial turístico natural y antrópico | 460 km ida y vuelta | 12 – 14 horas |
| 11. Por el norte y el este de Moldavia | Chisinau-Soldanesti-Dobrusa-Cuselauca-Cobilea-Japca-Vadul lui Rascov-Chisinau | Circular | Conocimiento del potencial turístico y las ciudades del noreste | 360 km ida y vuelta | 12 – 14 horas |
| 12. Prutul de mijloc | Chisinau-Glodeni-Cobani-Butesti-Balatina-Moara Domneasca-Falesti-Ungheni-Radenii Vechi-Chisinau | Circular | Historia, naturaleza, ecología | 480 km ida y vuelta | 12 – 14 horas |
| 13. Monasterios de Codren | Chisinau-Condrita-Capriana-Hincu-Chisinau | Lineal | Cultura, naturaleza, religión, peregrinación | 180 km ida y vuelta | 6 – 8 horas |

| | | | | | |
|---|--|----------|--|---------------------|---------------|
| 14. Las rutas de Bugeac | Chisinau-Gradiste-Cimislia-Sadaclia-Abaclia-Basarabeasca-Chisinau | Circular | Naturaleza, cultura del vino, historia | 230 km ida y vuelta | 8 – 10 horas |
| 15. Por UTAG y Bugeac | Chisinau-Comrat-Tomai-Ceadar-Lunga-Cazaclia-Taraclia-Besalma-Chisinau | Circular | Naturaleza, cultura del vino, historia | 350 km ida y vuelta | 10 – 12 horas |
| 16. El pequeño delta de Moldavia | Chisinau-Cahul-Manta-Valeni-Slobozia Mare-Giurgiulesti-Chisinau | Lineal | Naturaleza, historia, ecología | 480 km ida y vuelta | 12 – 14 horas |
| 17. La ruta del vino en el sureste de Moldavia | Chisinau-Gradinita-Leuntea-Talmaza-Purcari-Crocmaz-Popeasca-Causeni-Chisinau | Circular | Vino | 340 km ida y vuelta | 8 – 10 días |
| 18. Por el este del país | Chisinau-Tighina-Tiraspol-Chiscani-Tarnucauca-Hagimus-Zaim-Mereni-Chisinau | Circular | Cultural-histórico, literario | 250 km ida y vuelta | 12 – 14 horas |
| 19. La ruta de la gloria militar | Chisinau-Speia-Serpeni-Bulboaca-Chisinau | Lineal | Historia | 150 km ida y vuelta | 6 – 8 horas |
| 20. Tour por ciudad | Chisinau | Radial | Histórico-cultural | 40 – 50 km | 1 – 3 horas |

Tabla 7: Rutas turísticas nacionales, 2017

Fuente: Elaboración propia a partir de: (Agenția Turismului a Republicii Moldova, 2017)

Como se ha podido apreciar anteriormente, algunas rutas son lineales y otras radiales o bien circulares, que se pueden realizar en uno o dos días dependiendo de la longitud.

Éstas, se complementan con diversas actividades recreativas, como ahora, paseos en barco o en carruaje, actividades deportivas, clases magistrales de artesanía popular, picnics, pesca o cata de vinos entre muchas otras (Agenția Turismului a Republicii Moldova, 2017).

A parte de las rutas, también destacan los complejos turísticos de las bodegas Chateau Vartely (Chateau Vartely) y Purcari (Bodega Purcari), que aparte de promover el vino a través de visitas guiadas y catas, ofrecen otras actividades como ahora ciclismo, pesca, senderismo entre otras y la opción de alojarse.

4.4. Las entidades gestoras del turismo

De acuerdo con el capítulo II de la Ley núm. 352 del 24 de noviembre de 2006, sobre la organización y el desarrollo del turismo en la República Moldova, el *estado* apoya la actividad turística a través de

instrumentos económicos, acciones de protección del patrimonio turístico y la creación de condiciones para el desarrollo sostenible de dicha actividad.

El *parlamento* establece el marco legal para la actividad turística, de acuerdo con las normas legislativas nacionales e internacionales.

El *gobierno* se encarga de realizar las siguientes actividades:

- Establecer la política estatal en el ámbito turístico, aprobar las estrategias y los programas nacionales del sector.
- Asegurar el desarrollo sostenible del turismo.
- Establecer las modalidades de administración.
- Asegurar el uso racional de los recursos turísticos y establecer medidas para la conservación y protección del medio ambiente.
- Contribuir en el desarrollo de la de la infraestructura turística.
- Colaborar en el ámbito del turismo internacional y ejecutar posibles tratos.

El *Ministerio de Economía e Infraestructura* se encarga de elaborar la política del sector turístico y tiene por un lado como objetivos:

- Desarrollar de manera sostenible el turismo nacional e internacional.
- Promocionar internacionalmente el país como un destino turístico.
- Integrar la política de desarrollo turístico en la política de desarrollo general.
- Incluir el patrimonio turístico nacional en el circuito turístico internacional.

Por el otro, tiene la obligación de:

- Elaborar y las estrategias y los programas nacionales del ámbito turístico.
- Coordinar con las autoridades de la administración pública central y local las medidas para la realización de la estrategia y política estatal.
- Elaborar e implementar los mecanismos económicos para el desarrollo del sector.
- Elaborar normativas en el ámbito turístico de acuerdo con las normas internacionales.
- Organizar y hacer un seguimiento de la actividad turística en las áreas nacionales.
- Representar los intereses del estado en los organismos internacionales y regionales, coordinar y supervisar la colaboración de Moldavia con la Organización Mundial del Turismo y con otros organismos internacionales.
- Elaborar las normas metodológicas y los criterios de clasificación de las estructuras de recepción turística.
- Facilitar los métodos e información a los agentes económicos de la industria turística, asociaciones públicas y a las autoridades locales de la administración pública.
- Hacer seguimiento del tráfico turístico.

El *Consejo Asesor de Turismo*, es un órgano consultivo para el desarrollo, la promoción y la financiación del turismo que incluye representantes del entorno empresarial y autoridades de la administración pública local y central (Ministerul Justiției, 2020).

La *Agencia de Inversión*, es la autoridad administrativa central subordinada al gobierno, que implementa la política estatal en diversos campos de actividad, con la financiación por parte del estado y otras fuentes.

Conforme el artículo 7 de la Ley núm. 136 del 7 de julio de 2017 se fusiona con la Agencia de Turismo y los derechos y obligaciones de ésta última se transfieren en su totalidad a la entidad absorbente, es decir, a la Agencia de Inversión.

Ésta, trata de llevar a cabo las actividades conforme la Constitución de la República Moldova, las leyes y decisiones del parlamento, los decretos del presidente y las ordenanzas del gobierno, además de cooperar con las autoridades públicas centrales y locales y con los organismos internacionales.

El objetivo principal de la agencia es contribuir al desarrollo y crecimiento económico del país, a través de la promoción de la imagen para atraer inversores extranjeros, el apoyo y la protección de las actividades de inversión, la promoción de la exportación, la promoción del turismo y el fortalecimiento e implementación de la diplomacia económica.

Por lo que respecta al turismo, la Agencia de Inversión debe llevar a cabo las siguientes acciones:

- Implementar programas nacionales y estrategias para el desarrollo turístico.
- Identificar barreras en las actividades turísticas y formular soluciones para resolverlas.
- Prestar asistencia a agentes económicos, a empresas no comerciales y a las autoridades de la administración pública local.
- Colaborar con las misiones diplomáticas del país y suministrar información necesaria en el ámbito de la promoción y la inversión del turística.
- Contribuir a la educación y al aumento de las capacidades de los agentes económicos.
- Organizar la participación en exposiciones y ferias internacionales, así como en eventos promocionales.
- Administrar la marca turística del país.
- Elaborar e implementar campañas publicitarias y de comunicación.
- Apoyar y ayudar a los agentes económicos para atraer inversiones.
- Atraer e implementar proyectos y programas financieros (Guvernul Republicii Moldova, 2018).

El año 2019, la Agencia de Inversión de Moldavia representa por primera vez las atracciones turísticas del país en el 9º Foro Consultivo Anual de Rutas Culturales, uno de los eventos más importantes dedicados al desarrollo del turismo cultural en la Unión Europea.

En este evento, junto con Rumanía, la República Moldavia presenta la ruta cultural *"The Voivode Stephen the Great"* o en castellano, *"El Voivoda Esteban el Grande"* que incluye recursos culturales, históricos y turísticos de ambos países, con el objetivo de aumentar el número de visitantes internacionales a través de la unificación de la promoción y el marketing.

El itinerario incluye veintinueve atracciones históricas y más de ochenta experiencias turísticas, culturales, vinícolas y de aventura en Moldavia y Rumania, con una extensión total de 2.000 km.

El fragmento del itinerario del territorio moldavo incluye: el Monasterio Capriana, el complejo arqueológico "Orheiul Vechi", la Fortaleza Soroca, el pueblo Mereni (pueblo de fortalezas fundado por

Esteban el Grande), el mercado Chisinau / Buiucani (anteriormente propiedad del tío de Esteban el Grande), la Fortaleza Tighina, el Monasterio Țipova, el roble de Esteban el Grande de Cobalea y la región vinícola de Indicación Geográfica Protegida "Ștefan Voda".

A nivel estatal, la ruta "El Voivoda Esteban el Grande" se considera como una gran oportunidad para atraer turismo externo (Investment Agency, 2020).

Según el plan de acción sobre la implementación de la *Estrategia Nacional para el Desarrollo Regional* para los años 2016 – 2020, el estado marca tres objetivos específicos: garantizar el acceso a servicios públicos de calidad, asegurar un crecimiento económico sostenible en todas las regiones y mejorar la gobernanza en el ámbito del desarrollo regional.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, para cada objetivo se establece un presupuesto, siendo el primero el más destacado, que representa el 78,6% del total, e incluye acciones de desarrollo de infraestructura regional y local (287,3 millones de lei) y el desarrollo de los servicios públicos en los campos de gestión de residuos sólidos y suministro de agua.

| | Presupuesto total en lei | % |
|---|--------------------------|--------|
| Objetivo 1: garantizar el acceso a servicios públicos de calidad | 296350000 | 78,6% |
| Objetivo 2: asegurar un crecimiento económico sostenible | 68520000 | 18,2% |
| Objetivo 3: mejorar la gobernanza regional | 12220000 | 3,2% |
| | 377090000 | 100,0% |

Tabla 8: Presupuestos para el plan de acción

Fuente: elaboración propia a partir de: (Ministerul Agriculturii Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova, 2018)

El segundo objetivo, dispone del 18,2% del presupuesto total e incluye acciones para la conceptualización de redes en los centros urbanos (15,27 millones de lei), consolidación y desarrollo de la economía regional (32,45 millones de lei) y la consolidación y desarrollo de infraestructuras turísticas (20,8 millones de lei) que representa el 5,5% del presupuesto total. Este último, consiste en la implementación de proyectos para el desarrollo de servicios turísticos (20,7 millones de lei) y la promoción del potencial turístico (100 mil lei).

El tercer y último objetivo representa el 3,2% del presupuesto total, e incluye acciones para la mejora del marco legislativo y normativo en el campo del desarrollo regional (20 mil lei), fortalecimiento del marco institucional y administrativo (12,2 millones de lei), y finalmente mejorar la eficiencia del sistema de gestión y evaluación de la estrategia, sin ningún presupuesto asignado (Ministerul Agriculturii Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova, 2018).

4.5. La promoción

Moldova Travel es la página oficial de Moldavia que se dedica a promocionar el país como una destinación turística, financiada por los gobiernos de Estados Unidos, Suecia y el Reino Unido.

Esta página, promueve el país como un destino pequeño, pero con encanto único, donde existe el mayor porcentaje de tierra dedicada a los viñedos, mucha hospitalidad por parte de los residentes, diversidad cultural, histórica, tradicional, gastronómica y natural y finalmente un amplio calendario de conciertos, festivales, carreras o maratones que permiten vivir experiencias singulares. Además, describe el país como un lugar seguro, protegido y conectado a la red.

Así mismo, la web permite conocer los eventos previstos para el año actual, las rutas del vino existentes, consultar la guía enoturística de Moldavia y realizar un tour virtual de 360º por algunos lugares de interés turístico más destacados como ahora: fortaleza Soroca, Orheiul Vechi, museo Casa Parinteasca, monasterio Curchi, Castillo y bodega Vartely, Eco Resort Batucheni, bodega Cricova, bodega Milestii Mici, Castillo y bodega Mimi, bodega Asconi, Castillo y bodega Purcari, bodega Et Cetera y la capital, Chisinau.

Con el objetivo de dar a conocer la destinación, *Moldova Travel* pide ayuda para promover el país de forma conjunta compartiendo la página web previamente explicada a través de redes sociales como Facebook, Twitter o LinkedIn, entre otras.

También ofrece la opción de enviar tarjetas de invitación, donde se resumen los atractivos principales del país y se convida a conocer el país (*Moldova Travel, 2020*).

ANTRIM es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo potenciar el reconocimiento del país como destino turístico a nivel internacional a través de la colaboración con partes interesadas para ofrecer servicios de alta calidad y experiencias auténticas.

Las metas principales son:

- Promoción de la imagen de Moldavia como un destino turístico.
- Desarrollo del perfil y la imagen de los servicios turísticos de Moldavia en el mercado nacional e internacional.
- Aumento del nivel de cooperación y colaboración entre los miembros empresariales.
- Colaboración con las autoridades públicas en cuanto a asuntos empresariales, legislativos y perspectivas generales del sector turístico.
- Promoción del turismo receptivo a nivel local y mundial.
- Mejora de las oportunidades de inversión para las empresas (*ANTRIM, 2020*).

4.6. La percepción del residente

Con el objetivo de conocer la percepción de los residentes moldavos hacia la actividad turística, se realiza un cuestionario donde se realizan preguntas respecto a la preferencia de viajes (nacional o extranjero), el grado de conformidad con aspectos relacionados con el turismo del país, así como características de turistas nacionales e internacionales.

Las preguntas van dirigidas a personas mayores de edad con residencia en Moldavia y se envían a través de la red social "Facebook" a contactos del entorno familiar y a grupos creador por los

nacionales, apasionados por el país. La página que ha servido principalmente para obtener el mayor número de respuestas es la llamada “*Ma mut la tara – Moldova*”, con un total de 9.674 miembros.

En conjunto se obtienen sesenta y nueve respuestas, con rangos de edad entre 18 y 30 (44,9%), de 31 a 40 (39,1%), de 41 a 50 (11,6%) y de 51 a 60 (4,3%), siendo el 92,8% de los cuestionados del género femenino y el 7,2% restante del masculino.

El 59,4% del total están trabajando, el 13% estudiando, el 7,25% trabajando y estudiando y el 20,3% restante incluye mayoritariamente a personas de baja por maternidad, en segundo lugar, amas de casa y finalmente desempleados.

La mayoría de los encuestados residen en el centro del país (84,1%), de los cuales el 62,1% residen en Chisinau. Otros residen en el sur (8,7%) o bien en el norte (7,2%).

Para introducir el cuestionario y conocer mejor a los encuestados, se les pregunta si suelen viajar con normalidad ya sea en Moldavia como en el extranjero, donde se ha obtenido un 73,9% de respuestas afirmativas y un 26,1% de negativas.

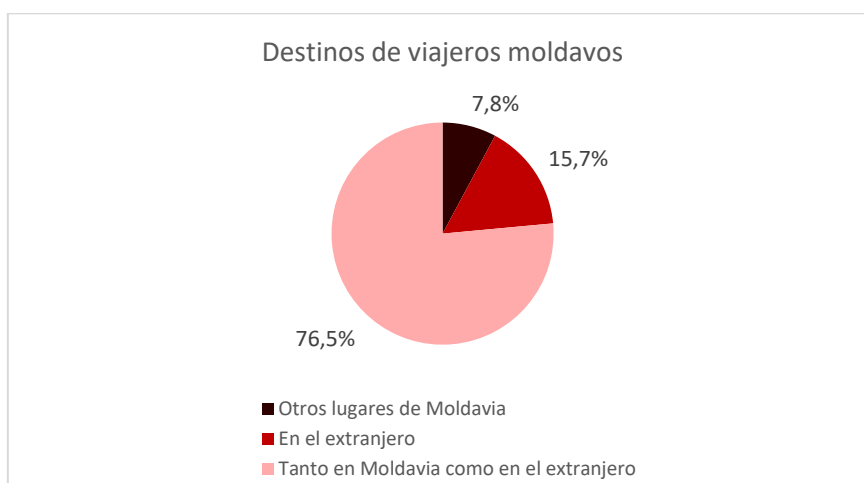


Gráfico 14: Aspectos para la elección de un destino turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

De los que normalmente viajan, el 76,5% lo hace tanto en Moldavia como en el extranjero, el 15,7% en el extranjero y tan solo el 7,8% a otros lugares de Moldavia.

Como se puede observar en el gráfico siguiente, la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que el turismo es muy importante para la economía del país, mejora el nivel de vida económica, contribuye a la mejora del patrimonio natural y que no destruye las riquezas naturales y culturales del país.

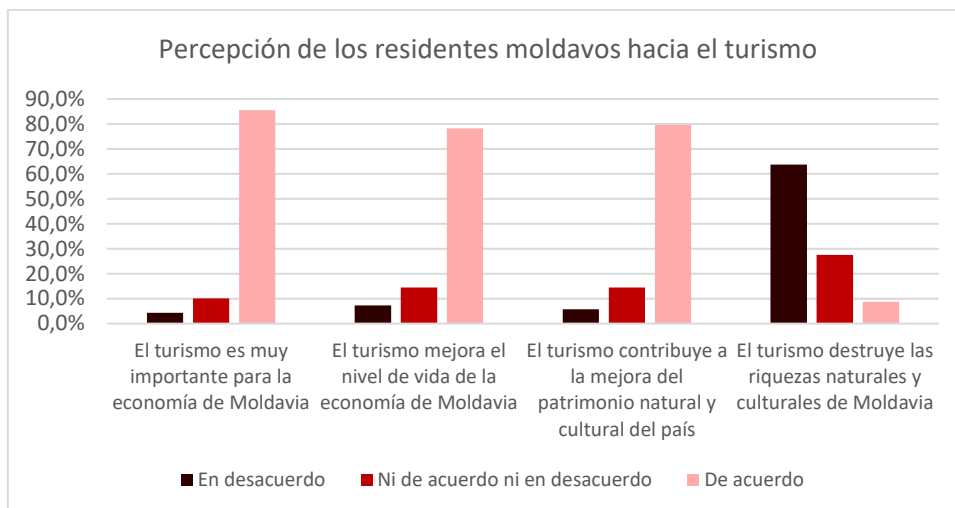


Gráfico 15: Percepción de los residentes moldavos hacia el turismo
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

El 66,7% sí ha observado turistas en su lugar de residencia, de los cuales el 30,4% ha observado pocos, el 18,8% bastantes y el 17,4% muchos, esto puede ser debido a la diferencia entre los lugares donde habitan, ya sea por sus recursos o actividades a realizar entre otros aspectos. Por lo que respecta al 33,3% de los residentes restantes, no se han fijado en la presencia de turistas.

Del 66,7% de los encuestados que han visto algún turista en su lugar de residencia habitual, ha expresado mayoritariamente los turistas extranjeros como más responsables con el medio ambiente, con alto poder adquisitivo, interesado por las costumbres y finalmente amable y respetuoso en comparación con el turista nacional.

El turista nacional en cambio, lo definen como menos responsable con el medio ambiente, con poco poder adquisitivo, soberbio, distante y maleducado en comparación con el turista extranjero.

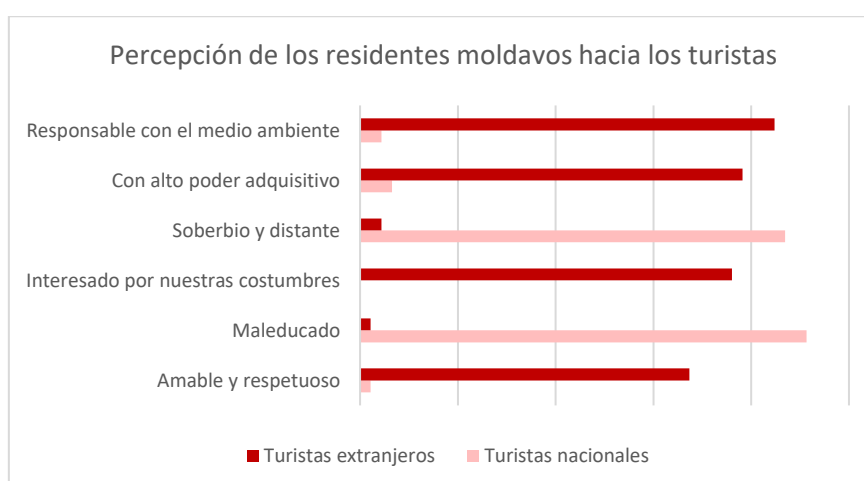


Gráfico 16: Percepción de los residentes moldavos hacia los turistas
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Como se puede observar en gráfico siguiente, a la mayoría de los residentes moldavos les gusta ver turistas en el país e interactuar con éstos.

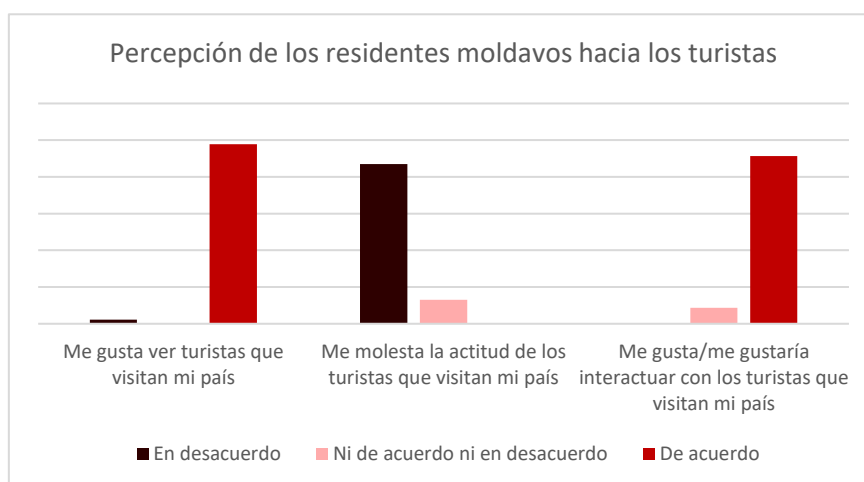


Gráfico 17: Percepción de los residentes moldavos hacia los turistas
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

En definitiva, se presenta una actitud positiva y abierta hacia el fenómeno turístico en el país, sin embargo, varios comentan los altos precios debida la carencia de la demanda, hecho que no permite practicar turismo a nivel nacional teniendo en cuenta los salarios de los que disponen.

Otros, comentan que no concuerda los altos precios de los billetes de avión con lo que ofrece la destinación y varios destacan la necesidad de desarrollo, la promoción y la calidad de los servicios.

A continuación, se muestran algunos de los comentarios proporcionados por los residentes moldavos:

"Moldavia es un rincón del cielo, con hermosas tradiciones y costumbres, con gente hermosa y lugares hermosos."

"Tenemos pocos lugares para presentar a los turistas extranjeros, pero sí muchas costumbres, tradiciones, formas de vida, convivencia, etc."

¡El liderazgo del país debe invertir en el desarrollo del turismo en nuestro país!

"El estado debe proponer una serie de medidas para preservar y promover los valores culturales, tradicionales y arquitectónicos. Para motivar a la gente de las aldeas a reconstruir (mantener) sus casas en el estilo arquitectónico tradicional combinado con servicios modernos. Para financiar y promover talleres artesanales (tejido, bordado, tallado) para la generación joven."

"Los monasterios son los que aún atraen a turistas extranjeros, bodegas y fortalezas. Si todos los objetivos turísticos en Moldavia se capitalizaran, el nivel de vida sería mayor "

"Para los turistas extranjeros, los precios están bien. Para los locales, hay precios exagerados en pensiones, zonas de ocio, restaurantes. ¡No todos pueden pagar con los salarios que tenemos y es una pena porque podríamos alentar a la gente local con buenos precios!"

“El turismo en Moldavia está muy poco desarrollado y los moldavos están siguiendo las últimas tendencias para destruir las casas antiguas sin darse cuenta de la belleza de las pinturas en el interior y el exterior o los detalles meticulosos de las ventanas, o puertas. Muchos moldavos los consideran obsoletos y aplican nuevas capas en pinturas que fueron pintadas por sus padres o abuelos. Creo que la idea debe cultivarse en nuestra gente de que también tenemos algo de lo que estar orgullosos y que tenemos algo que mostrar a los demás, pero lo más importante es que debemos aferrarnos a los heredados”.

Con el objetivo de conocer el perfil de los turistas moldavos, así como la posición de las agencias turísticas frente al turismo en Moldavia, se realiza un cuestionario con preguntas sobre las preferencias a la hora de comprar un paquete turístico tanto a nivel nacional como a nivel extranjero, los tipos de paquetes turísticos que se venden con más frecuencia, los recursos principales que dan valor para ser una destinación turística, las ventajas competitivas y las deficiencias y finalmente cuestiones sobre la importancia del turismo para el desarrollo del país.

El cuestionario se envía a un total de treinta y nueve agencias de viaje⁸, de las cuales se obtienen once respuestas, principalmente a través de la red social “Instagram”, aunque también a través de “Facebook”.

El 100% de estas aseguran que, entre viajes nacionales y viajes al extranjero, los turistas moldavos demandan principalmente los segundos.

Los principales países de destino demandantes en primer lugar son Turquía, Grecia y Bulgaria, posiblemente debido a los recursos naturales que poseen como playa y/o montaña, y por su proximidad. En el segundo, se demandan viajes a destinos de España, Ucrania, Rumania o bien Egipto.



Gráfico 18: Aspectos para la elección de un destino turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

⁸ Consultar anexo

Por lo que respecta a los destinos nacionales, destacan principalmente las visitas a Orheiul Vechi y la fortaleza Soroaca, así como a las bodegas Cricova, Mimi, Milestii Mici, Purcari y a los monasterios Saharna, Tipova, Curchi y Capriana. Algunos, también demandan viajes a Transnistria y a Gagauzia.

Según las agencias, los tipos de viajes más vendidos a nivel nacional son principalmente los que forman parte del turismo vinícola, seguidos por el turismo rural y gastronómico. También destacan los del turismo cultural, ecológico y en menor medida los naturales y de aventura.



Gráfico 19: Tipo de viajes más vendidos a nivel nacional
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Las agencias, confirman que lo que le da mayor valor a Moldavia para ser un destino turístico es en primer lugar el vino y en el segundo la gastronomía, seguido de los paisajes, la historia y la religión.

Del total de las cuestionadas, el 81,8% opina que el turismo es esencial para mejorar el desarrollo del país en cambio el 18,2% restante opina lo contrario.

De los que creen en la importancia del turismo, lo valoran principalmente por las oportunidades de inversión que es capaz de obtener, por la generación de empleo que puede crear y por la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.

En segundo lugar, por la entrada de divisas y su contribución al PIB nacional y finalmente por el intercambio de ideas y de costumbres.

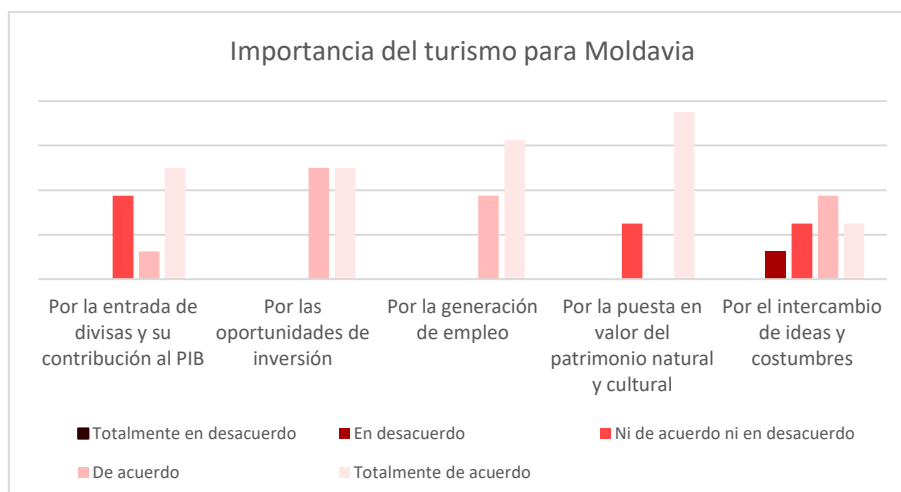


Gráfico 20: Importancia del turismo para Moldavia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Como se puede observar en el gráfico siguiente, las agencias consideran principalmente la hospitalidad de los residentes moldavos como la ventaja competitiva clave de Moldavia, seguida por la calidad y el precio. En segundo lugar recalcan la autenticidad de los recursos culturales y en el último la conservación intacta de los parajes naturales.

Se observa un 36,4% de las agencias que no está de acuerdo con que la conservación intacta de los lugares naturales es una ventaja competitiva, posiblemente sea debido a que realmente no están intactos.

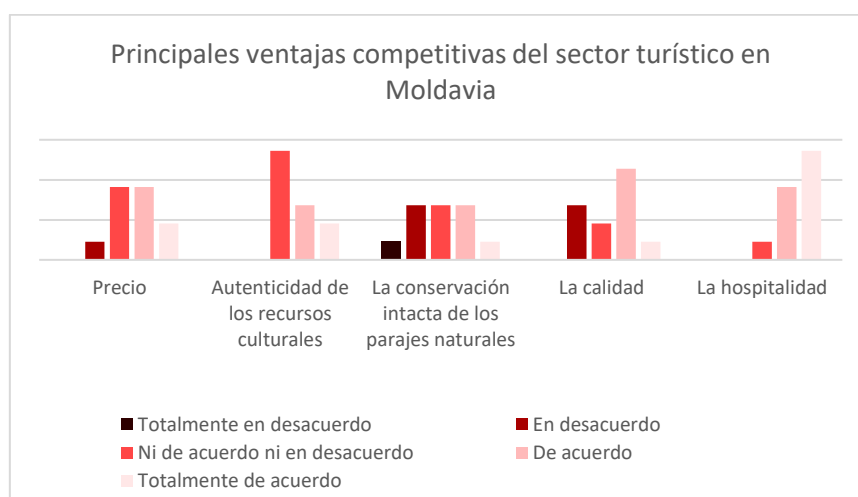


Gráfico 21: Principales ventajas competitivas del sector turístico en Moldavia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Por lo que respecta a las deficiencias, en primer lugar, destaca la cantidad de actividades ofrecidas y en el segundo, el estado de conservación de los recursos, la restauración y las comunicaciones.

En cuanto a la restauración, se observa que el 45,5% de las agencias ha considerado este ámbito como un factor deficiente en el destino turístico de Moldavia, aunque otro 45,5% considera totalmente lo contrario.

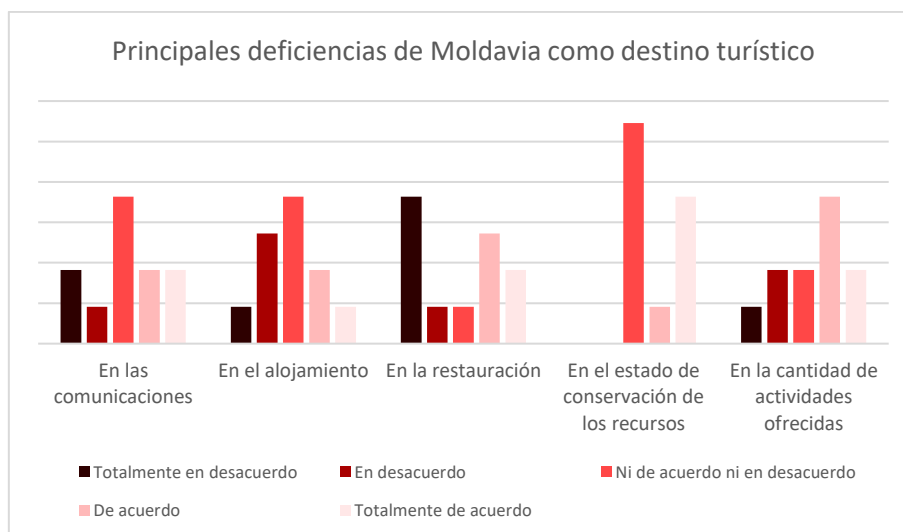


Gráfico 22: Principales deficiencias del sector turístico en Moldavia
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

A continuación, se muestran algunos comentarios proporcionados por las agencias turísticas de Moldavia:

“Lamentablemente, el turismo en Moldavia no se capitaliza como nos gustaría y como debería ser. Tenemos lugares muy hermosos que incluso nuestros ciudadanos desconocen, sin mencionar qué atraen algo del extranjero. Todos los extranjeros que conocen nuestro turismo son bodegas (que también ocupan un lugar especial) pero no son solo una atracción turística”.

“En los últimos años hay una tendencia creciente de turistas extranjeros en Rep. ¡Moldavia que demuestra el hecho de lo que tenemos y de lo que estamos orgullosos! Todo lo que tenemos que hacer es mantener la cultura y los valores y ofrecer a los visitantes la máxima hospitalidad”.

“El turismo es un área con un gran potencial para Moldavia. En los últimos años ha sido una muy buena dinámica, con visitantes en crecimiento. Todavía no se sabe cuál será la situación después de la pandemia. Para un turismo exitoso, se necesitan esfuerzos conjuntos: desde el gobierno: priorización de la industria, inversiones en la promoción del país, ofreciendo facilidades fiscales para inversiones en el campo y proporcionando infraestructura (carreteras, alcantarillado y plantas de tratamiento en las aldeas). Los empresarios inversores necesitan apoyo en comunicación, organización empresarial, capacitación del personal. Y, por último, pero no menos importante, la promoción de Moldavia a nivel nacional para que nuestros ciudadanos sean los primeros embajadores del país”.

4.7. La percepción de Moldavia desde el exterior

Para conocer la percepción que se tiene sobre las destinaciones turísticas ubicadas en la Europa del Este y principalmente en Moldavia, se realiza una encuesta donde, por un lado, se preguntan los motivos principales para escoger un destino turístico, el deseo de viajar a alguno de los países del este, los motivos de la elección o el rechazo de los viajes al este. Por otro lado, se realizan preguntas

específicas de Moldavia como los recursos turísticos que se conocen y aspectos que podrían definir el país como un destino turístico.

La encuesta, va dirigida a personas entre 18 y 70 años que hayan viajado o les gustaría viajar a algún país de la Europa del Este. Estas, se envían a través de las redes sociales como “Whatsapp”, y se publican en “Instagram” y “Facebook”, con la petición de reenvío entre conocidos.

Se ha obtenido un total de noventa y nueve respuestas de mujeres (73,7%) y hombres (26%) con una edad entre 18 y 30 años (76,8%), entre 31 y 40 años (6,1%), entre 41 y 50 (6,1%) y entre 51 y 60 (11,1%).

El 44,4% de los encuestados tienen empleo actualmente, el 25,3% está estudiando, el 20,2% está estudiando y trabajando y el 10,1% restante incluye a las personas desempleadas, en paro y en ERTE.

La mayoría de éstos reside en España (93,9%) y algunos en el extranjero (6,1%). De las personas residentes en España, se obtiene un 93,5% de respuestas de Cataluña, un 4,3% de Andalucía, un 1,1% de Canarias y un 1,1% de la comunidad autónoma de Madrid.

Por lo que respecta a los estados extranjeros, países como Reino Unido, Italia, Bulgaria y Suecia representan un 1,1% cada uno y Alemania un 2,2% respecto el total de respuestas.

Para introducir la encuesta, se han preguntado los aspectos en los que los encuestados se basan a la hora de escoger un destino turístico.

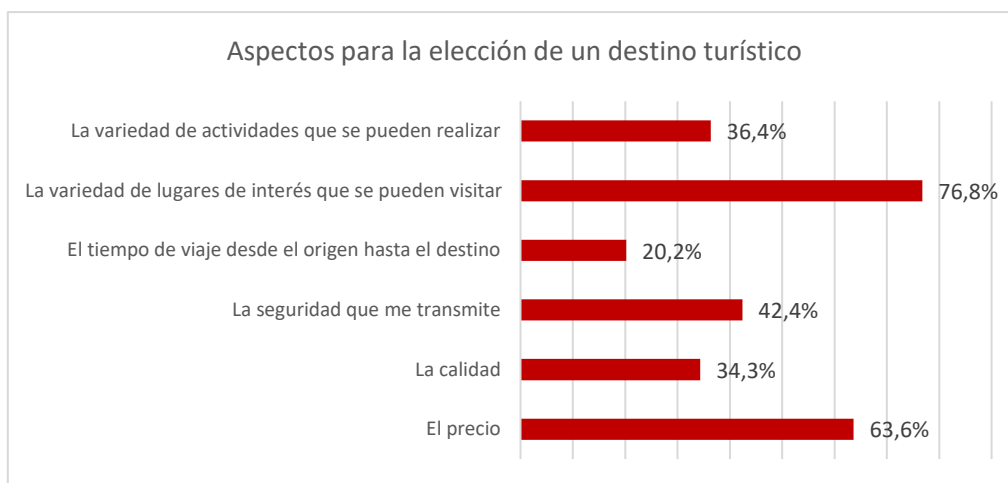


Gráfico 23: Aspectos para la elección de un destino turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Como se puede observar, los tres factores claves para escoger un destino son la variedad de lugares de interés existentes en el destino, el precio y la seguridad. En menor medida, se fijan en la variedad de actividades existente, la calidad o bien el tiempo desde el origen hasta el destino.

Del total de los encuestados, el 48,5% ha viajado alguna vez a un país de la Europa del Este.

Como se puede observar a continuación, los destinos más solicitados son República Checa, seguido de Hungría y la Federación Rusa.

Por lo que respecta a la República de Moldova, se encuentra en el penúltimo lugar de los destinos visitados por los encuestados, representando tan solo el 8% del total de los países visitados de Europa del Este.

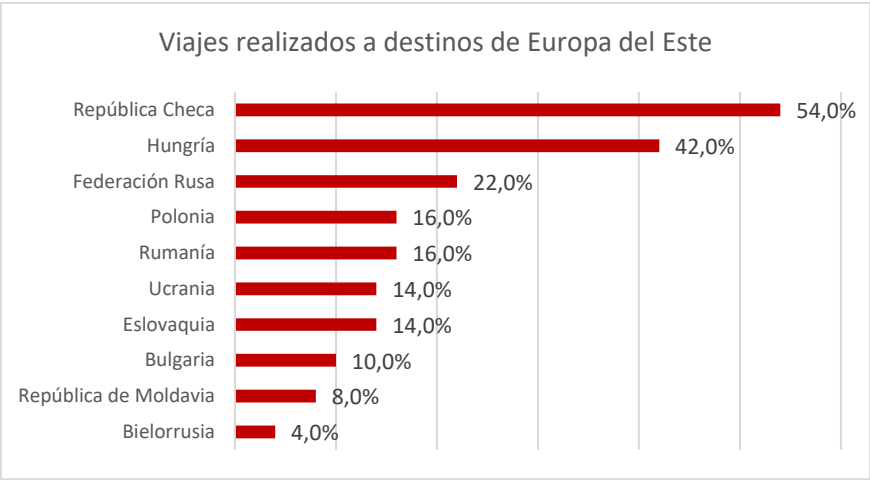


Gráfico 24: Viajes realizados a destinos de Europa del Este
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

El 96% de los encuestados, visitarían o volverían a visitar algún país de la Europa del Este, donde destacarían principalmente los destinos como Polonia, Federación Rusa y República Checa.

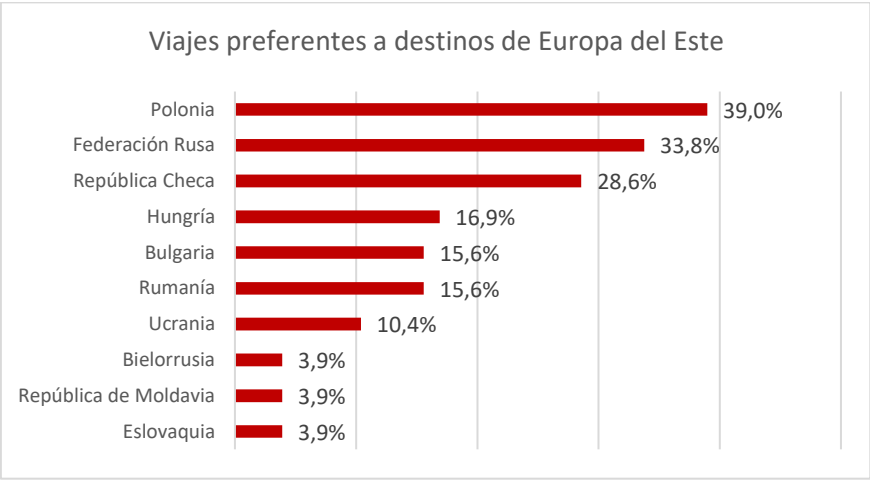


Gráfico 25: Viajes preferentes a destinos de Europa del Este
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Siendo como los principales motivos la especificidad de la historia del Este y la peculiaridad de los recursos naturales. En menor medida, destaca el motivo de relación calidad – precio y las ganas de visitar un destino diferente al previamente visto.

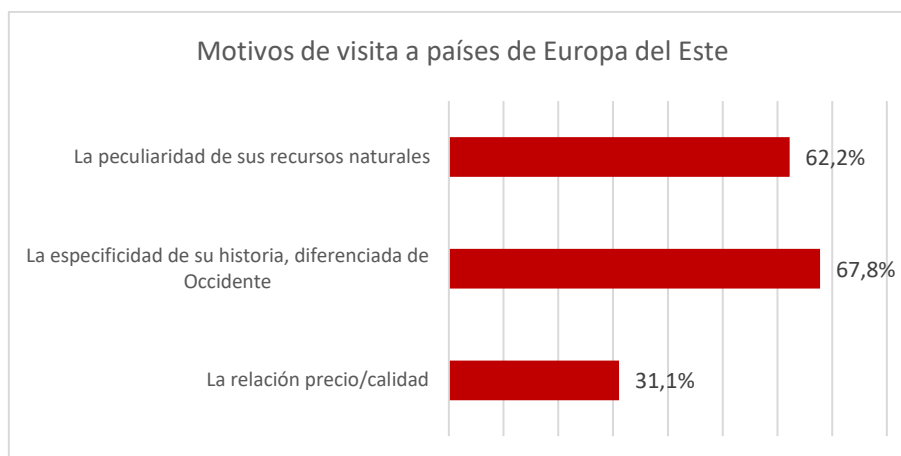


Gráfico 26: Motivos de visita a países de Europa del Este

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Por lo que respecta al 4% restante que no visitaría ningún país mencionado de la Europa del Este, es por motivos de seguridad e indiferencia hacia la cultura del Este.

En cuanto al país Moldavia, el 42,4% de las personas ha respondido que sí lo conoce, principalmente a través de comentarios por parte de conocidos, en segundo lugar, por iniciativa propia a través de internet y en el tercer lugar, por los medios de comunicación. Algunos lo conocen por el Festival de la Canción de Eurovisión.

Como se puede apreciar, del total de personas que conoce el país, nadie lo ha descubierto a través de las promociones de las autoridades moldavas, hecho que puede significar la falta de promoción de estas.

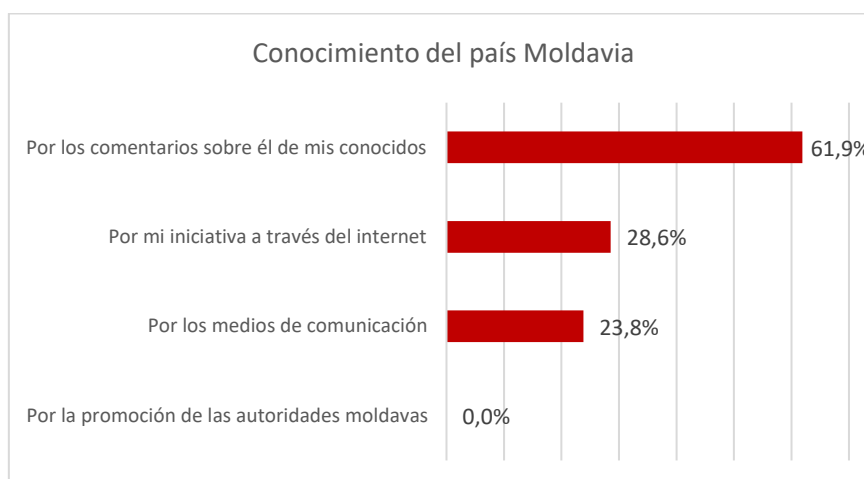


Gráfico 27: Conocimiento del país Moldavia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

De las personas que conocen Moldavia, el 38,1% no conocen ningún recurso del país y el 61,9% destaca principalmente la naturaleza y los paisajes, el vino, algunos monasterios y la fortaleza Soroca.

De estos, tan solo el 9,5% lo ha visitado alguna vez y el 28,6% se lo ha planteado como destino.

Para conocer la opinión sobre el país como un posible destino turístico, se hacen valorar diversos aspectos.

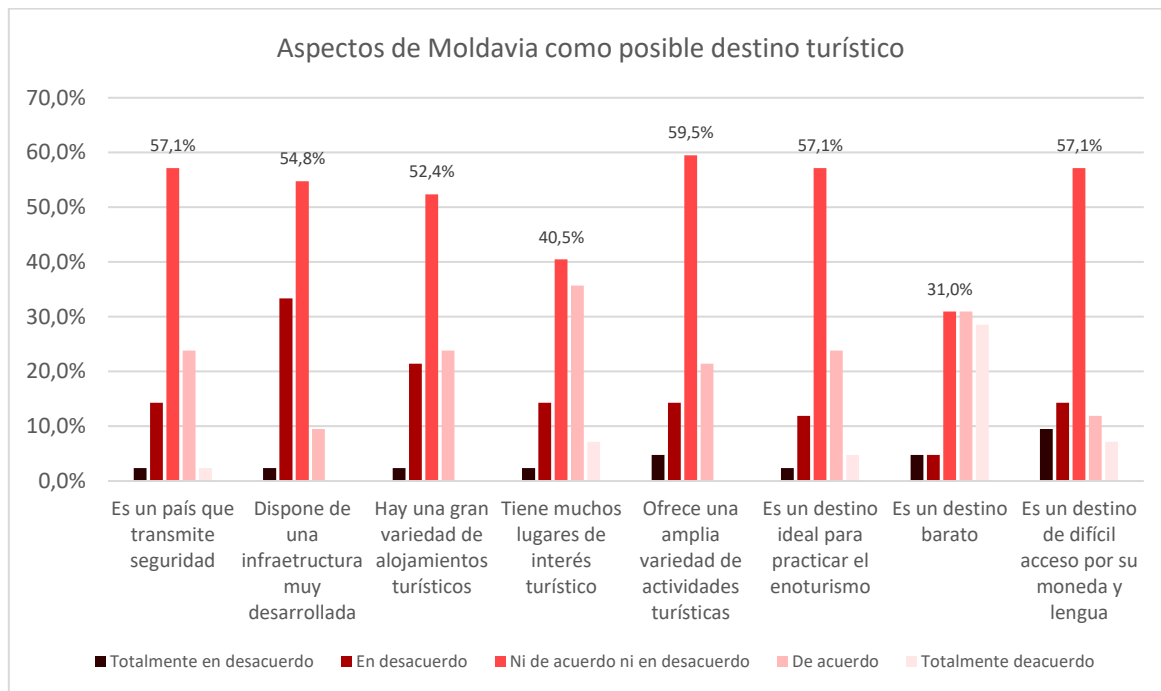


Gráfico 28: Aspectos de Moldavia como posible destino turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, la mayoría de las personas ha respondido “ni de acuerdo ni en desacuerdo” en cada uno de los aspectos cuestionados, seguramente debido al desconocimiento del país.

Por lo que respecta a la seguridad, el 26,2% de las personas lo considera como un destino seguro, en cambio el 16,7% restante no.

Referente a la infraestructura, el 35,7% no está de acuerdo con que Moldavia disponga una infraestructura muy desarrollada y el 9,5% restante sí.

En cuanto a los alojamientos, se observa que un 23,8% de las personas considera que hay una amplia variedad de alojamientos y otro 23,8% no.

La mayoría de los encuestados considera que el país tiene muchos lugares interés turístico (42,9%), aunque hay un 16,7% que opina lo contrario.

Respecto a las actividades turísticas, el 21,4% opina que hay una amplia variedad de estas y el 19% restante que no.

En relación con el enoturismo, el 28,6% de las personas considera que es un destino ideal para practicar este tipo de turismo y el 14,3% opina lo contrario.

La mayoría de las personas coincide en que es un destino económico (59,5%), aunque hay un 9,5% que opina lo contrario.

Finalmente, por lo que respecta a la accesibilidad, se aprecia que el 23,8% de las personas no lo consideran como un país de difícil acceso, tanto por su moneda como por el idioma, en cambio el 19% sí.

Se podría concluir que es un país que transmite seguridad, que no dispone de una infraestructura muy desarrollada, con muchos lugares de interés turístico y amplia variedad de actividades, ideal para practicar el enoturismo. Es económico y de fácil acceso.

En definitiva, en cuanto a la opinión general de Moldavia como destino turístico, varios encuestados han expresado que es un destino poco conocido, con recursos suficientes para atraer a turistas, pero con una promoción muy deficiente.

Con el objetivo de conocer la demanda de paquetes turísticos con destino a Moldavia, se realiza un cuestionario con preguntas sobre la petición hacia este destino, la existencia o creación de los paquetes dentro de las agencias, así como las razones de su inexistencia.

Se envía a un total de doce agencias situadas en el Camp de Tarragona, de las que se obtienen siete respuestas, a través del correo electrónico. Para obtener las respuestas se ha visto la necesidad de insistir a través de llamada telefónica. Por otro lado, para conocer las características de los paquetes turísticos con destino principal o no a Moldavia se contacta las agencias participantes en el estudio, pero se obtiene respuesta clara y definida solo de una (consultar Anexo).

Como se observa en el siguiente gráfico, la mayoría de las agencias no recibe demandas para visitar Moldavia. Una agencia ha expresado que reciben pocas y mayoritariamente por personas originarias del país y otra, que reciben más que anteriormente.

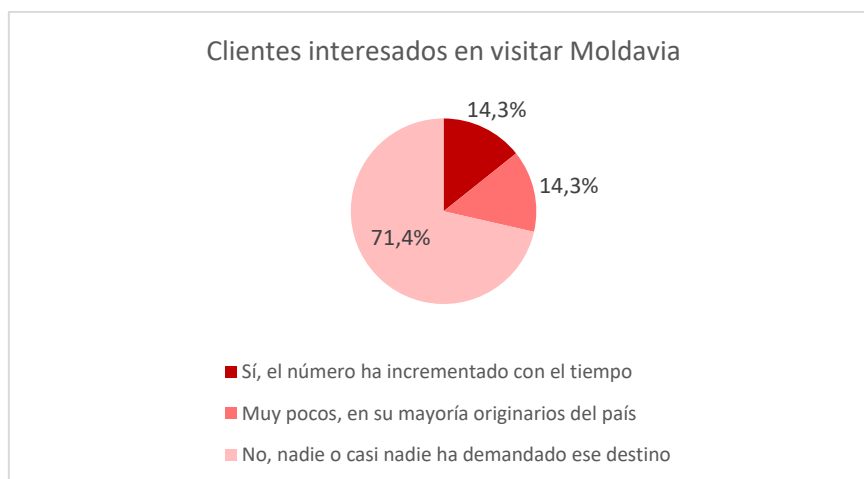


Gráfico 29: Clientes interesados en visitar Moldavia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

El 85,7% de las agencias ofrece paquetes turísticos a Moldavia, el 28,6% de los cuales, son agencias que ofrecen paquetes como destino único y el 57,1% integrado en un circuito con otros países.

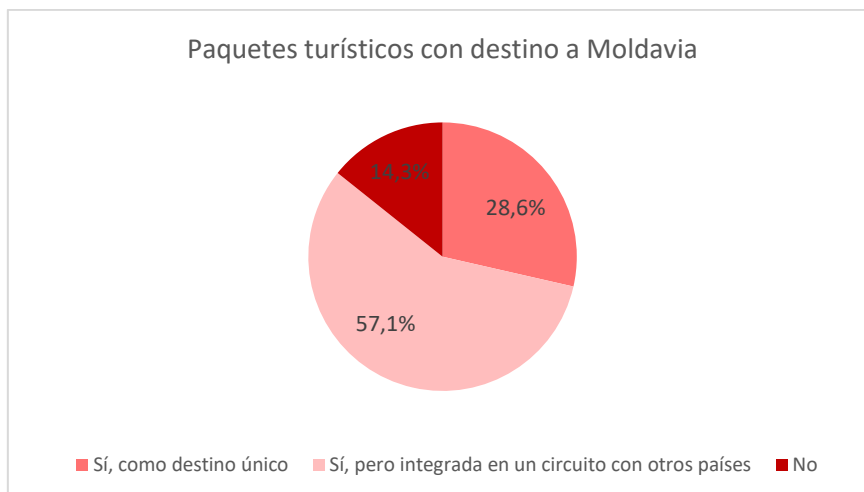


Gráfico 30: Paquetes turísticos con destino a Moldavia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de cuestionarios

Del 28,6% de las agencias que ofrece paquetes turísticos a Moldavia como destino único, expresa que lo recursos más valorados son la historia, el patrimonio cultural, los paisajes y la naturaleza.

En cuanto a las agencias que ofrecen paquetes a Moldavia, pero integrados en un circuito⁹, los países que lo integran principalmente son Rumanía y Ucrania.

Finalmente, la agencia que no dispone de paquetes turísticos a Moldavia, la razón principal es la carencia de demanda por parte de los clientes.

En definitiva, algunas agencias consideran que es un país con mucha historia y cultura, con tours económicos, aunque carente de servicios turísticos y de promoción.

⁹ Anexo: Paquete turístico Ucrania y Moldavia, Rumania y Moldavia

5. ANÁLISIS DAFO DEL CICLO DE VIDA DE MOLDAVIA COMO DESTINO TURÍSTICO

| Debilidades | Amenazas |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fuera del área de UE. Necesidad de visados y moneda diferente • Infraestructuras no renovadas. • Alojamiento muy reducido en plazas • Gestión centralizada en el gobierno • Ausencia de promoción efectiva • Agentes privados indecisos | <ul style="list-style-type: none"> • Países que disponen de recursos inexistentes en Moldavia en el área del este de Europa • Desconocimiento por parte de otros países extranjeros • Debilidad geopolítica • Conflicto territorial con Rumanía, y cercanía a Ucrania |
| Fortalezas | Oportunidades |
| <ul style="list-style-type: none"> • Clima favorable durante todo el año • Disponibilidad de recursos culturales y naturales auténticos • Gastronomía • Seguridad y estabilidad política • Facilidad de acceso • Variedad de alojamientos turístico • Disponibilidad de productos turísticos • Precio • Pertenencia a antigua Europa del Este (=exotismo) • Soporte por parte de los residentes • Soporte por parte del estado | <ul style="list-style-type: none"> • Soporte por parte de algunos países externos para la mejora de la promoción • Ubicación • Aprovechar sinergias con otros países del área • Cambios en el perfil del turista |

Según el análisis DAFO del ciclo de vida de Moldavia como destino turístico, se concluye que las debilidades principales son, por un lado, la necesidad de visados y monedas diferentes para los países externos a la región de la Unión Europea. Por otro lado, la existencia de infraestructuras pendientes de renovar, como ahora las carreteras, que además son una de las principales vías de comunicación del país y los aeropuertos internacionales *Balti* y *Marculesti*. También el número reducido de plazas en los alojamientos de recepción turística y su insignificante aumento a lo largo de los años, ya que, si se compara con la comunidad autónoma de Galicia, similar en el número de población y considerada como un destino poco conocido, Moldavia, tiene 2,5 veces menos. Además, existe una gran dependencia por parte del gobierno ya que la mayoría de las gestiones son realizadas por esta entidad y además es la regula la Agencia de Inversión, la autoridad administrativa que contribuye al desarrollo y crecimiento económico del país y la que emplea diferentes acciones del sector turístico. Asimismo, existe una falta de promoción turística efectiva. A pesar de disponer de organismos responsables de

efectuar estas acciones, se observa que el estado dedica un porcentaje insignificante para la promoción del potencial turístico del país. Finalmente, destaca como una amenaza la presencia de agentes privados indecisos hacia el fenómeno turístico ya que no se aprecia una evolución significativa de establecimientos de recepción turística a lo largo de los años.

En cuanto a las amenazas, por un lado, son la existencia de países del área que disponen de recursos inexistentes en Moldavia, como por ejemplo Rumanía y Ucrania, que disponen de montaña (Montes Cárpatos) y mar (Mar Negro). Por otro lado, el gran desconocimiento del país como un estado independiente, así como un destino turístico por parte de personas del exterior, más concretamente con residencia en España, hecho que es debido probablemente a la falta de promoción por parte de Moldavia. También se considera como una amenaza la no pertinencia a la Unión Europea, hecho que debilita mantener ciertos acuerdos internacionales. Finalmente, destaca la existencia del conflicto territorial con Rumanía desde su independencia y la cercanía a Ucrania que se encuentra en conflicto con Rusia, cuestiones que pueden transmitir inseguridad a la hora de escoger un destino turístico.

Como fortalezas, destacan por un lado el clima favorable durante todo el año, hecho que permite visitar el país en cualquier estación del año. También la gran disponibilidad de recursos culturales y naturales auténticos y la distintiva restauración que engloba platos de diferentes culturas del área del este, que pueden servir como motor para atraer a turistas tanto nacionales como internacionales. Asimismo, la seguridad y estabilidad política ya que en la actualidad no existe ningún tipo de enfrentamiento y el hecho de ser un destino turístico poco explotado también transmite sensación de seguridad sanitaria, más que en los destinos masificados. También destaca la facilidad de acceso por vía aérea, férrea y carretera, siendo las dos últimas las principales vías del país y el hecho de no necesitar visado para personas de origen miembro de la Unión Europea con estancias inferiores a noventa días, lo que posibilita perfectamente las visitas de turistas europeos. A pesar de no disponer de un gran número en alojamientos turísticos, cierto es que son variados ya que aparte de hoteles, pensiones y hostales, existen estructuras de bienestar y campamentos. Además, existe una gran variedad de productos turísticos como ahora, rutas por los lugares culturales más significativos o bien complejos turísticos. Otra de las fortalezas de Moldavia, son los económicos precios de los alojamientos y asequibles el de los vuelos que pueden ser atractivos para los turistas internacionales. Por otro lado, resalta el hecho de ser un país de la antigua Europa del Este, que representa el país como exótico y diferente a los demás y puede ser clave para promocionar el destino. Finalmente, destaca el gran soporte por parte de los residentes que desean el reconocimiento internacional del país y de sus recursos, así como el del estado, a través de inversiones para la consolidación y el desarrollo de infraestructuras turísticas.

Finalmente, por lo que respecta a las oportunidades destaca por un lado el soporte de algunos países a través de inversiones para mejorar la promoción el destino turístico, como ahora Estados Unidos, Suecia y Reino Unido. Por el otro, la ubicación del país, debido a su pertenencia al continente europeo, donde existen grandes flujos turísticos entre países, así como por su cercanía a Asia, que da la oportunidad para atraer turistas de este continente. La posición del país también da la oportunidad para aprovechar sinergias con otros países del entorno, como por ejemplo con Rumania a través de la ruta *"El Vovoida Esteban el Grande"* que reúne recursos turísticos en común. Finalmente destaca el cambio en el perfil de los turistas, que continuamente busca vivir experiencias auténticas, con recursos

diferenciados y vírgenes, en lugares donde no hay masificación turística, hecho que puede ser una oportunidad para Moldavia para ser un destino turístico.

6. CONCLUSIONES

En base a los datos recabados sobre Moldavia como destino turístico, se puede concluir que se halla en una fase intermedia entre la implicación y el desarrollo. Esta afirmación se sostiene en los descriptores siguientes:

Por un lado, la existencia de buenos recursos turísticos ubicados mayoritariamente en el norte y el centro de Moldavia. Destaca por un lado la naturaleza con diversos lagos, ríos, caídas de agua, termas, flora y fauna y parques nacionales. También, la gran cantidad de museos histórico-etnográficos, de arte y artesanía popular, así como diversos lugares históricos entre los que resaltan los monasterios, algunas bodegas, un castillo y una antigua fortaleza. Asimismo, resaltan las artesanías y artes populares caracterizadas por la fabricación de objetos de cerámica, bordados de textiles y tejidos con ganchillo, así como la peculiar gastronomía, que incluye platos de diversos países de Europa del Este donde el vino ocupa el lugar principal de la mesa. Finalmente destacan los acontecimientos artísticos y deportivos, ferias, exposiciones y concursos, la mayoría de los cuales están relacionados con el vino.

Por otro lado, hay una gran diversidad de productos turísticos, donde destacan las veinte rutas turísticas nacionales que tratan de mostrar el patrimonio, la historia, las tradiciones y los lugares más pintorescos de Moldavia, así como los complejos turísticos en algunas bodegas que a parte de promover el vino ofrecen diversas actividades.

También cabe destacar la evolución de los alojamientos de recepción turística. Se podría concluir que se encuentran en la fase de exploración, debido al insignificante crecimiento de estos a lo largo de los años, posiblemente por la inseguridad del funcionamiento adecuado del sector turístico, hecho que les impide invertir. Asimismo, se clasifican las agencias de viaje, ya que no muestran suficiente entusiasmo hacia el turismo, seguramente también debido a la incertidumbre.

Por lo que respecta al estado, se puede concluir que forma parte de la fase de desarrollo ya que, por un lado, lleva realizando acciones en el campo turístico desde la independencia del país y por el otro, por que realiza inversiones para el desarrollo de infraestructuras regionales y locales, así como para el desarrollo de servicios turísticos y la promoción del potencial turístico.

En cuanto a los residentes, pueden clasificarse entre la fase de implicación y desarrollo debido a que participan activamente en el sector turístico y también muestran un gran interés para su evolución y para el reconocimiento del país a nivel internacional.

Referente a la promoción, se puede deducir que, a pesar de disponer de organizaciones promotoras, Moldavia sigue siendo un país desconocido para muchos, posiblemente sea debido a la poca inversión monetaria por parte del estado.

Finalmente, en relación con las llegadas de turistas internacionales, se observa un incremento durante los últimos años. Sin embargo, este no es tan significativo como las salidas de los turistas moldavos

hacia destinos del extranjero (Turquía, Bulgaria, Rumania, Egipto y Grecia), que probablemente se realizan con el objetivo de visitar atracciones turísticas inexistentes en el país de origen.

En términos de las etapas establecidas por Butler, se observa un significativo desajuste en el comportamiento de los diferentes agentes: el estado y los residentes se mueven en la fase de desarrollo, mientras el sector privado no parece salir de la fase de exploración. Probablemente este desajuste es el que explica que Moldavia no acabe de arrancar como destino turístico, cosa que se refleja en el escaso incremento del número de visitantes a lo largo de los años.

Cabe destacar que Butler propone una estilización para destinos que han arrancado en un período histórico concreto (siglo XX). Es sabido que la realidad matiza las etapas. En el caso de Moldavia, el relativo retraso de la iniciativa privada puede ser una oportunidad que permita al país actuaciones coordinadas desde las instituciones, armónicas y sostenibles, evitando los efectos negativos que otros países han sufrido por una actuación descontrolada.

7. FUENTES Y BIBLIOGRAFIA

- ADTM. (2012). *Analiza unor aspecte legislativ-normative a sectorului turistic din R.Moldova*.
- Agenția Turismului a Republicii Moldova. Retrieved July 12, 2020, from <http://turism.gov.md/index.php?pag=noutati&opa=view&id=1111&l=>
- Agenția Turismului a Republicii Moldova. *Trasee turistice*. Retrieved July 13, 2020, from <http://turism.gov.md/index.php?pag=trasee&opa=view&id=46&l=>
- All about Republic of Moldova. *Sărbători naționale*. Retrieved July 12, 2020, from http://aboutmoldova.md/ro/view_sub_cat.php?sub_cat=144
- ANTRIM. Retrieved July 12, 2020, from <https://antrim.md/>
- Betivu, D., & Colesnic, O. (2015). *Analele institutului național de cercetări economice* 41. 1, 41–45.
- Bodega Purcari. (n.d.). *Bodega Purcari Reservas de excursiones, visitas a bodegas, catas de vino en Chateau Purcari, restaurante, hotel*. Retrieved July 13, 2020, from <https://purcari.wine/en/page/tours-wine-tasting-at-chateau-purcari/>
- Butler, R. W. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*, Vol. 1 (C. Cooper, M. Hall, & D. Timothy (Eds.); Vol. 1).
- Chateau Vartely. *Rutas del vino*. Retrieved July 13, 2020, from <https://www.vartely.md/en/wine-tours>
- Guvernul Republicii Moldova. (2018). *Cu privire la organizarea și funcționarea Agenției de Investiții*.
- Heymoldova.com. *Dansul moldovenesc*. Retrieved July 12, 2020, from <https://www.hey moldova.com/ro/2019/01/11/citeste-stirea/argumenti/tradizioni-e-cultura/articolo/dansul-moldovenesc.html>
- ICOM. *Muzeele Moldovei*. Retrieved July 12, 2020, from <http://network.icom.museum/icom-moldova/icom-moldova/muzeele-moldovei/>
- Investment Agency. *The Investment Agency of Moldova, guest of honor at the Annual Consultative Forum of European Cultural Routes*. Retrieved July 12, 2020, from <http://invest.gov.md/news/tourism-offer-republic-moldova-presented-eu-community-investment-agency-moldova-guest-honor>
- Jean, C., Ángeles, F. D. L., & Labrada, M. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 48–67.
- Ma, M. (2013). *Tourism Area Development from an Evolutionary Economic Geography Perspective — The Case of Guilin, China*.
- MAEUEC. *Servicios Consulares*. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/BUCAREST/es/Moldavia/viajarMoldavia/Paginas/inicio.aspx>
- MAEUEC. *Turismo en Moldavia*. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/BUCAREST/es/Moldavia/seguridadMoldavia/Paginas/Turismo-en-Moldavia.aspx>

Ministerul Agriculturii Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova. (2018). *Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova*.

Ministerul Justiției. *LEGE Nr. 352 din 24-11-2006*. Retrieved July 12, 2020, from https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121972&lang=ro

Moldova Travel. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.moldova.travel/>

Moldovenii. Retrieved July 28, 2020, from <https://m.moldovenii.md/>

National Bureau of Statistics. Retrieved July 24, 2020, from <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=en&idc=263&id=2193>

OECE. (2019). *Informe económico y comercial*. 1–59.

OIDMAEC. (2019). *República de Moldavia* (Vol. 2).

Pérez, P. L. (2012). *El ciclo de vida de un área turística : su aplicacion a la Costa del Sol española y su medio ambiente*. 15, 21–34.

Președinția Republicii Moldova. *Biografia președintelui Republicii Moldova, Igor Dodon — Președinția Republicii Moldova*. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.president.md/rom/biography>

Republica Moldova | Pagina Oficială. Retrieved July 28, 2020, from <https://moldova.md/ro>

SAHUQUILLO, M. R. *Dos Gobiernos reclaman el control de Moldavia, sumida en una grave crisis | Internacional | EL PAÍS*. Retrieved July 12, 2020, from https://elpais.com/internacional/2019/06/11/actualidad/1560260155_679189.html

TRANSPORT FERROVIAR | Ministerul Economiei și Infrastructurii. (n.d.). Retrieved July 12, 2020, from <https://mei.gov.md/ro/content/transport-feroviar>

Visit.MD. *Saharna*. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.visit.md/ro/tour/saharna/>

Wine of Moldova. *Vino de Moldavia: una leyenda viva*. Retrieved July 12, 2020, from <http://www.wineofmoldova.com/en/>

XE. *MDL - Leu moldavo*. Retrieved July 12, 2020, from <https://www.xe.com/es/currency/mdl-moldovan-leu>

8. ANEXOS

Encuesta a residentes de Moldavia

Percepția turismului în Moldova

Bună ziua, sunt Ana Siscanu, studentă a Facultății de Turism și Geografie a Universității Rovira i Virgili, situată în Spania, Catalonia.
Realizez proiectul final de facultate, despre turism în Moldova și aș aprecia foarte mult colaborarea dvs., răspunzând la următoarele întrebări:
Îmi cer scuze în avans pentru eventualele erori gramaticale sau de ortografie.

***Obligatorio**

1. Câți ani aveți? *

Tu respuesta _____

2. Care este genul dvs.? *

Feminin

Masculin

3. Care este situația dvs. actuală? *

Lucrez

Studiez

Otro: _____

4. Dacă dvs. ați răspuns "Lucrez", în ce domeniu lucrați?

Tu respuesta _____

5. Care este locul dvs. obișnuit de reședință? *

[Nume de sat / oraș și raionul]

Tu respuesta _____

6. Călătoriți regulat din motive de plăcere sau de afaceri? *

Da

Nu

7. Dacă da, unde preferinți?

În străinătate

În alte locuri din Moldova

Atât în străinătate cât și în Moldova

Otro: _____

8. Indicați-vă gradul de conformitate cu următoarele afirmații: *

| | În dezacord | Nici de acord nici în dezacord | De acord |
|--|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Turismul este foarte important pentru economia Moldovei | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Turismul îmbunătățește nivelul de trai al Republicii Moldova | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Turismul contribuie la îmbunătățirea patrimoniului natural și cultural al țării. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Turismul distruge bogățiile naturale și culturale ale Moldovei | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Ați observat turiști în orașul / satul dvs. de reședință? *

[Dacă răspunsul este "nu am observat", chestionarul se încheie aici. Mulțumesc foarte mult pentru ajutor!]

- Da, puțin
- Da, destul de
- Da, mulți
- Nu am observat

10. Cum percepeți turistul care ajunge în Moldova? *

[Puteți pune diverse opțiuni]

| | Turiști străini | Turiști locali |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Amabil și respectuos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nepoliticos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Interesat de obiceiurile noastre | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mândru și îndepărtat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cu putere mare de cumpărare | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Responsabil cu mediului | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

11. Indicați, dacă doriți, alte caracteristici care definesc percepția voastră despre turistul local sau străin:

Tu respuesta

12. Indicați-vă gradul de conformitate cu următoarele afirmații: *

| | În dezacord | Nici de acord nici dezacord | De acord |
|--|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Îmi place să văd turiști care vizitează țara mea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mă deranjează atitudinea turiștilor care vizitează țara noastră | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mi-aș dori / îmi place să interacționez cu turiștii care vin în țara mea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Iați un spațiu pentru care să vă exprimați părerea despre turism în Moldova:
[Opțional]

Tu respuesta

Mulumesc foarte mult pentru ajutor!

Traducción

1. ¿Qué edad tiene?

2. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

3. ¿Cuál es su situación actual?

Trabajo

Estudio

Otro

4. Si ha respondido trabajo, ¿en qué campo trabaja?

5. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? [*Nombre de ciudad o pueblo y el distrito*]

6. ¿Viaja habitualmente por motivos de ocio o de negocios?

Sí

No

7. En caso afirmativo, ¿a dónde preferentemente?

Al extranjero

A otros lugares de Moldavia

Tanto al extranjero como dentro de Moldavia

Otros: _____

8. Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones:

| | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo |
|---|---------------|--------------------------------|------------|
| El turismo es muy importante para la economía de Moldavia | | | |
| El turismo mejora el nivel de vida de los moldavos | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| El turismo contribuye a valorar el patrimonio natural y cultural del país | | | |
| El turismo destruye la riqueza natural y cultural de Moldavia | | | |

9. ¿Ha notado la presencia de turistas en su ciudad de residencia? *[Si la respuesta es “No lo he notado”, el cuestionario termina aquí. ¡Muchas gracias por su ayuda!]*

Si, aunque poca

Si, bastante

Sí, mucha

No lo he notado

10. ¿Cómo percibe al turista que llega a Moldavia? *[Puede marcar varias opciones]*

| | Extranjeros | Nacionales |
|------------------------------------|-------------|------------|
| Amable y respetuoso | | |
| Maleducado | | |
| Interesado por nuestras costumbres | | |
| Soberbio y distante | | |
| Con alto poder adquisitivo | | |
| Responsable con el medio ambiente | | |

11. Señale, si lo desea, otras características que definan su percepción del turista entrante

12. Indique su grado de conformidad con las afirmaciones siguientes:

| | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo |
|--|---------------|--------------------------------|------------|
| Me gusta ver turistas visitando mi país | | | |
| Me molesta la actitud de los turistas que visitan nuestro país | | | |
| Me gusta / me gustaría interactuar con los turistas que vienen a mi país | | | |

13. A continuación, un espacio para que pueda expresar su opinión respecto el turismo en Moldavia: *[Pregunta opcional]*

¡Muchas gracias por su ayuda!

Encuesta a agencias de viaje de Moldavia

Turismul în Moldova

Bună ziua, sunt Ana Siscanu, studentă a Facultății de Turism și Geografie a Universității Rovira i Virgili, situată în Spania, Catalonia.
Realizez proiectul final de facultate, despre turism în Moldova și aş aprecia foarte mult colaborarea dvs., răspunzând la următoarele întrebări:
Îmi cer scuze în avans pentru eventualele erori gramaticale sau de ortografie.

***Obligatorio**

1. Ce fel de călătorii preferă turiștii moldoveni? *

Călătorii în străinătate

Călătorie național

2. Ați putea indica cele mai semnificative destinații în străinătate? *

Tu respuesta _____

3. Și cele mai semnificative destinații naționale? *

Tu respuesta _____

4. În conformitate cu tipurile de călătorie definite de Organizația Mondială a Turismului, care sunt cele mai vândute la nivel național? *

[Puteți pune mai multe variante]

Turism cultural

Ecoturism

Turism gastronomic

Turismul rural

Turismul vinicol

Excursie de aventură

Turism urban

Turismul wellness

Turism natural

Otro: _____

5. În opinia dumneavoastră, care dintre următoarele opțiuni oferă Moldovei valoare pentru a fi o destinație turistică internațională? *

[Puteți pune mai multe variante]

Vinul

Gastronomie

Pelsaje

Istoria

Religie

Otro: _____

6. Considerați că sectorul turistic este esențial pentru o mai bună dezvoltare a țării? *

Da

Nu

7. Dacă da, pe o scară de la 1 la 5 (1 nu sunt de acord, 5 sunt puternic de acord), evaluați motivele importanței lor:

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pentru fluxurile valutare și contribuția lor la PIB | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pentru oportunități de investiții | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pentru generarea de locuri de muncă | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pentru valorificarea patrimoniului natural și cultural | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pentru schimbul de idei și obiceiuri | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. Care ar fi principalele avantaje competitive ale sectorului turist în Moldova? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Prețul | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Autenticitatea resurselor culturale | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Conservarea intactă a siturilor naturale | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Calitatea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ospitalitatea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Unde ar fi localizate principalele deficiențe? *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| În comunicări | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| În cazare | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| În restaurare | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| În starea de conservare a resurselor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| În cantitatea de activități oferite | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Iați un spațiu pentru care să vă exprimați părerea despre turism în Moldova:
[Opțional]

Tu răspundeți

Mulumesc foarte mult pentru ajutor!

Traducción

1. ¿Qué tipo de viajes prefieren los turistas moldavos?

Al extranjero

Nacionales

2. ¿Podría indicar los destinos más significativos del extranjero?
-

3. ¿Y los más significativos nacionales?
-

4. Según los tipos de viaje definidos por la Organización Mundial de Turismo, ¿cuáles son los que mejor se venden a nivel nacional?

Turismo cultural

Ecoturismo

Turismo gastronómico

Turismo rural

Enoturismo

Turismo de aventura

Turismo urbano o de ciudad

Turismo de bienestar

Turismo de naturaleza

Otro: _____

5. ¿En su opinión, cuál de las siguientes opciones le da valor a Moldavia para ser un destino turístico internacional?

Vino

Gastronomía

Paisajes

Historia

Religión

Otro: _____

6. ¿Considera que el sector turístico es clave para el mejor desarrollo del país?

Si

No

7. En caso afirmativo, y en una escala del 1 al 5 (1 muy en desacuerdo, 5 completamente de acuerdo), valore las razones de su importancia:

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Por la entrada de divisas y su contribución al PIB | | | | | |
| Por las oportunidades de inversión | | | | | |
| Por la generación de empleo | | | | | |
| Por la puesta en valor del patrimonio natural y cultural | | | | | |
| Por el intercambio de ideas y costumbres | | | | | |

8. ¿Cuáles serían las principales ventajas competitivas del sector en Moldavia?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| El precio | | | | | |
| La autenticidad de los recursos culturales | | | | | |
| La conservación intacta de los parajes naturales | | | | | |
| La calidad | | | | | |
| La hospitalidad | | | | | |

9. ¿Dónde se localizarían las principales deficiencias?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| En las comunicaciones | | | | | |
| En el alojamiento | | | | | |
| En la restauración | | | | | |
| En el estado de conservación de los recursos | | | | | |
| En la cantidad de actividades ofrecidas | | | | | |

10. A continuación, un espacio para que pueda expresar su opinión respecto el turismo en Moldavia:
[Pregunta opcional]

¡Muchas gracias por su ayuda!

Encuesta a residentes de España y otros países

Moldavia como destino turístico

¡Hola! Soy Ana Siscanu Crimteva, alumna de la Universidad Rovira i Virgili en la Facultad de Turismo y Geografía.

Estoy realizando mi trabajo de final de grado sobre el turismo en Moldavia y le agradecería enormemente su colaboración, respondiendo las preguntas que aparecen a continuación. La duración aproximada del cuestionario es de dos a cinco minutos.

¡Muchas gracias de antemano!

***Obligatorio**

1. ¿Qué edad tiene? *

Tu respuesta _____

2. ¿Cuál es su género? *

Mujer

Hombre

3. ¿Cuál es su situación actual? *

Trabajando

Estudiando

Trabajando y estudiando

Otro: _____

4. Si ha respondido "trabajando", ¿A qué se dedica?

Tu respuesta _____

5. ¿Dónde reside? *

[Municipio, Provincia]

Tu respuesta _____

6. ¿En qué aspectos se basa a la hora de escoger un destino turístico? *

[Respuesta múltiple]

El precio

La calidad

La seguridad que me transmite

El tiempo de viaje desde el origen hasta el destino

La variedad de lugares de interés que se pueden visitar

La variedad de actividades que se pueden realizar

Otro: _____

7. ¿Ha viajado a alguno de los siguientes países de Europa del Este? *

[Bielorrusia, Bulgaria, República Checa, Hungría, Polonia, República de Moldavia, Rumanía, Federación Rusa, Eslovaquia o Ucrania]

Sí

No

8. Si la respuesta ha sido afirmativa, indique dónde.

Tu respuesta _____

9. ¿Le gustaría viajar a alguno de los siguientes países de Europa del Este? *

[Bielorrusia, Bulgaria, República Checa, Hungría, Polonia, República de Moldavia, Rumanía, Federación Rusa, Eslovaquia o Ucrania]

Sí

No

10. Si la respuesta ha sido afirmativa, indique dónde.

Tu respuesta _____

11. Si la respuesta ha sido afirmativa, ¿Por qué ha elegido o elegiría algún país del Este para viajar?

[Respuesta múltiple]

La relación precio/calidad

La especificidad de su historia, diferenciada de Occidente

La peculiaridad de sus recursos culturales

Otro: _____

12. Si la respuesta ha sido negativa, ¿Por qué no ha elegido o nunca elegiría algún país del Este para viajar?

[Respuesta múltiple]

La relación precio/calidad

No me transmiten seguridad

No me atrae su cultura y costumbres

Otro: _____

13. ¿Conoce el país Moldavia? *

[Si la respuesta es negativa, el cuestionario ha finalizado aquí. Muchas gracias por su colaboración]

Elige

14. ¿A través de qué canales lo conoce? *

[Respuesta múltiple]

- Por los comentarios sobre él de mis conocidos
- Por la promoción de las autoridades moldavas
- Por los medios de comunicación
- Por mi iniciativa a través de Internet
- Otro: _____

15. ¿Qué recursos turísticos destacaría de Moldavia? *

Tu respuesta

16. ¿Lo ha visitado alguna vez? *

- Sí
- No

17. ¿Se lo ha planteado como destino? *

- Sí
- No

18. Valore por favor los siguientes aspectos sobre Moldavia como posible destino: *

| | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|--|--------------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es un país que transmite seguridad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dispone de una infraestructura muy desarrollada | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hay una gran variedad de alojamientos turísticos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene muchos lugares de interés turístico | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ofrece una amplia variedad de actividades turísticas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es un destino ideal para practicar el enoturismo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es un destino barato | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es un destino de difícil acceso por su moneda y lengua | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

19. A continuación un espacio para que pueda expresar su opinión respecto a Moldavia como una destinación turística:

[Opcional]

Tu respuesta

¡Muchas gracias de nuevo, por su colaboración!

Encuesta a agencias de viaje de España (Camp de Tarragona)

Moldavia como destino turístico

¡Hola! Soy Ana Siscanu Crimteva, alumna de la Universidad Rovira i Virgili en la Facultad de Turismo y Geografía.

Estoy realizando mi trabajo de final de grado sobre el turismo en Moldavia y le agradecería enormemente su colaboración, respondiendo las preguntas que aparecen a continuación. La duración aproximada del cuestionario es de uno a tres minutos.

¡Muchas gracias de antemano!

***Obligatorio**

1. ¿Hay muchos clientes que lleguen a su Agencia interesados en visitar Moldavia? *

- Sí, el número se ha incrementado con el tiempo
- Muy pocos, en su mayoría originarios del país
- No, nadie o casi nadie ha demandado ese destino
- Otro: _____

2. ¿Se ofrece en su Agencia algún paquete turístico con destino a Moldavia? *

- Sí, como destino único
- Sí, pero integrada en un circuito con otros países
- No

3. Si ha contestado "Sí, como destino único", ¿cuáles son los recursos más valorados?

[Respuesta múltiple]

- Rutas enológicas o gastronómicas
- Paisajes y naturaleza
- Historia, patrimonio cultural
- Costumbres y tradiciones
- Otro: _____

4. Si ha contestado "Sí, pero integrada en un circuito", ¿podría especificar los países que integran el circuito?

Tu respuesta _____

5. Si ha contestado "No", ¿podría indicar por qué?

[Respuesta múltiple]

- Los turoperadores no lo ven rentable
- Ausencia de promoción e incentivos por parte del destino
- Escasez de servicios turísticos en destino
- Carencia de demanda por parte de los clientes
- Otro: _____

6. A continuación, un espacio para que pueda expresar su opinión respecto a Moldavia como destino turístico:

[opcional]

Tu respuesta _____

Por favor, indique el nombre de la Agencia a continuación: *

En caso de que sí ofrezcan viajes a Moldavia me gustaría mantener una entrevista, ya sea telefónica o en persona, para hacer unas preguntas sobre las características de estos paquetes turísticos.

Tu respuesta _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Agencias de viaje de Moldavia

| Nombre de la agencia | Contacto |
|--|---|
| Solei Turism | solei.turism (Instagram) |
| Panda Tur | panda_tur_moldova (Instagram) |
| Favorit-Tur | favorittur.md (Instagram) |
| Voiaj International voiaj.md- Bilete de avion | voiajinternational (Instagram) |
| ADMIRAL TUR | admiral_tur (Instagram) |
| Top Voyage | Topvoyage (Instagram) |
| TRAVEL POINT MOLDOVA | travel.point.moldova (Instagram) |
| Visit Moldova | Visitmoldova (Instagram) |
| Tours of Moldova Agency | Dumitruboaghe (Instagram) |
| Amadeus Travel Lufthansa City Center | Amadeustravel (Instagram) |
| Renome-Plus SRL | Renomeplus (Instagram) |
| Hi Moldova DMC | _himoldova (Instagram) |
| Alexa Tour Travel Agency | Alexatourtravelagency (Instagram) |
| CITY TOUR | city_tour_moldova (Instagram) |
| Tez Tour | Teztourmoldova (Instagram) |
| Azenta TOUR | azenta_tour (Instagram) |
| Happy Tour Moldova | happytourmoldova (Instagram) |
| Christian Tour Chisinau Moldova | Christiantour.md (Instagram) |
| Mouzenidis Travel | mouzenidis_travel (Instagram) |
| Corina Travel Agency | director@corina-travel.com https://www.facebook.com/CorinaTravelAgency/ |
| Trapeza Tour | trapezatour (Instagram) trapeza@trapezatour.md |
| Star-Tur | startur2010 (Instagram) star-tur@mail.ru |
| My Olimal Travel | Myolimaltravel (Instagram) info@myolimaltravel.com |
| Nika Tur | nikatur.md (Instagram) |
| Oasis Tour | Oasistourmd (Instagram) https://www.facebook.com/profile.php?id=100014892343527 |
| Orion Tur | oriontur.md (Instagram) https://www.facebook.com/ORIONTUR.MOLDOVA/ |
| Dream Tour | dreamtour.md (Instagram) https://www.facebook.com/dreamtour.a999.ro/ |
| Visit Moldova | visitmoldova.md (Instagram) |
| Gloria TUR | https://www.facebook.com/gloriatour.md/ |
| Kings tour | kings.tour (Instagram) |
| Beautiful travel | beautiful__travel (Instagram) |
| Voyages Moldavie | voyagesmoldavie1 (Instagram) |
| Ways travel | ways.travel (Instagram) |
| Iasi Travel | iasi.travel (Instagram) |
| Azbuca travel | Azbucatravel (Instagram) |
| Your guide Moldova | Yourguidemoldova (Instagram) |

| | |
|-------------------|-----------------------------|
| Best trip Moldova | Besttripmoldova (Instagram) |
| Go travel | gotravel.md (Instagram) |

Agencias de viaje de España (Camp de Tarragona)

| Nombre de la agencia | Contacto |
|-----------------------------|---|
| Viajes El Corte Ingles S.A. | reus@viajeseci.es 977 12 80 61 |
| Viatges Mestres Reus | Viatgesmestres (Instagram) https://www.viatgesmestres.com/ 977 331 488 |
| Viatges Alemany | v_alemany (Instagram) reus@valemany.com 977 12 75 45 |
| La Galia Vitges I Turisme | Lagaliaviatges (Instagram) INFO@LAGALIAVIATGES.COM 977 12 74 21 |
| Viatges Soronellas | Viatgessoronellas (Instagram) info@viatgessoronellas.com 977315663 - 977315664 |
| Iberviatges | Iberviatges (Instagram) alejandrogil2012@gmail.com 977 75 49 75 |
| Worldjet | Worldjetviatges (Instagram) worldjet@worldjet.cat 977 25 00 99 |
| TRAVEL BY THE FACE | Travelbytheface (Instagram) infotravelfaraway@gmail.com 977 50 60 82 |
| Turkanatours.com | Turkanatours (Instagram) https://www.facebook.com/turkanatourscom/ 977 21 16 24 |
| Cambrils Mar Viatges | cambrilsmarviatges (Instagram) cambrilsmarviatges@grupoairmet.com 977368429 |
| Estruch Viatges | estruch@estruchviatges.com 977 79 56 78 |
| Baixtravel | es_viajes2037@carrefour.com 977 300 768 |

Paquete turístico Ucrania y Moldavia (Viatges Alemany)

Bellezas de Ucrania y Moldavia

UCRANIA • MOLDAVIA KIEV • ODESSA • CHISINAU

CIRCUITO REGULAR • 5 ALMUERZOS Y 1 CENA • VISITA DE CHERNÓBIL • NOVEDAD

8 DIAS DESDE

1.660 €

(Ivess y alojamiento en hotel)



Día 1 España/Kiev
Salida en vuelo regular con destino Kiev. Llegada, traslado al hotel y alojamiento.

Día 2 Kiev
Media pensión. Salida para realizar una visita panorámica de la capital de Ucrania de rico patrimonio histórico y cultural, con avenidas amplias y parques que enmarcan las reliquias, como la Catedral de Santa Sofía y la Laura Kiev-Pecherskaya... Visita a la Catedral de Santa Sofía, uno de los monumentos más conocidos de la ciudad y el primer monumento ucraniano inscrito de la Lista del Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. **Almuerzo.** Excursión al monasterio Laura Kiev-Pecherskaya fundado en 1.051 por los monjes con el fin de propagar la religión cristiana. La fila única de iglesias de una cúpula dorada, laberintos subterráneos con los monjes momificados, edificios monacales elegantes. Alojamiento.

Día 3 Kiev/Chernóbil/Kiev
Media pensión. Hoy iremos hasta Chernóbil pasando el punto de control Dytyatki. Entrada a la Zona de Exclusión de 30km. En el camino a la ciudad de Chernobyl veremos un pequeño pueblo abandonado Cherevuch y el pueblo más grande de la zona de Chernóbil, Zalissyá. Visita a la ciudad de Chernóbil: monumento de la estrella de ajenjo, la iglesia de San Elias, el memorial "Para aquellos que salvaron el mundo", parada con los robots y vehículos utilizados para limpiar las consecuencias radioactivas. De camino a la Central Nuclear, nos detendremos en la aldea de Kopachi casi totalmente enterrada y visitaremos una guardería abandonada. Visita al nuevo sarcófago del Reactor # 4 desde una distancia de 270 m. Parada cerca de la señal de carretera Bosque Rojo y Pripiat: veremos la calle Lenin, la plaza principal, el palacio de la cultura, el hotel Polissya, el supermercado, la noria, el estadio, la escuela, la piscina, el hospital, etc. Almuerzo en la cantina de Chernóbil: todos los

ingredientes se traen del exterior y son ecológicamente limpios. Regreso a Kiev. Alojamiento.

Día 4 Kiev/Odessa
Desayuno. Tiempo libre hasta la hora del traslado a la estación de ferrocarril. Salida en tren con destino Odessa. Llegada y traslado al hotel. Alojamiento

Día 5 Odessa
Media pensión. Visita panorámica a pie de Odessa. La perla del Mar Negro. Con su clima templado y playas preciosas se ha ganado la reputación como un destino turístico. Disfrutaremos de un agradable paseo por el bulevar Primorsky, el paseo marítimo más popular de la ciudad. Entre las bonitas estructuras se encuentra el Palacio del Conde Vorontsov. Veremos el famoso Teatro de Ópera y Ballet, diseñado por los arquitectos vieneses Felner y Gelmer en estilo barroco clásico. **Almuerzo.** Visita a las Catacumbas y Museo de la gloria de los guerrilleros. Este conjunto único de canteras y Catacumbas es un grande e impactante laberinto. La longitud de las catacumbas alcanza los tres mil kilómetros, pero aún se desconoce la topografía aproximada del colabozo de Odessa. En las catacumbas se mantiene durante todo el año la misma temperatura de 14 grados sobre cero, su profundidad en algunos lugares alcanza los cien metros. Alojamiento.

Día 6 Odessa/Chisinau
Media pensión. Salida de Odessa en dirección a la frontera con Moldavia. Después de cruzarla, visitaremos Tiraspol, para descubrir un montón de reliquias soviéticas y sentir la atmósfera del comunismo. Tiraspol es la segunda ciudad más grande de Moldavia. Durante esta visita, veremos el Teatro de Drama y Comedia, las estatuas de Lenin y Suvorov, el Parlamento, la Casa de Sovjets y disfrutaremos un paseo a pie a lo largo del río Dniestr. A continuación, exploraremos la fortaleza de Tighina (fortaleza turca) del siglo XVI. Sus paredes

han sobrevivido hasta el presente. **Almuerzo.** Continuación hasta Chisinau. Llegada al hotel. Alojamiento.

Día 7 Chisinau/Orhei/Cricova/Chisinau
Pensión completa. Visita panorámica de Chisinau, fundada a comienzos del s. XV. Durante la visita veremos la Catedral de la Natividad, el Arco del Triunfo, el Parque de Esteban el Grande con sus monumentos, el edificio del Gobierno, el Parlamento y otros edificios administrativos del centro de la ciudad. Salida hacia el pintoresco pueblo medieval de Orhei situado a 60 kilómetros de Chisinau, en el valle del Río Raut. Es un verdadero museo al aire libre de la época medieval que alberga edificios, casas de diferentes épocas, cuevas con las ruinas de la primera civilización humana de la zona y el monasterio ortodoxo del siglo X conocido como Santa Maria Dormanta. **Almuerzo típico.** Salida a Cricova. Visita de las bodegas de Cricova, las segundas bodegas más grandes del mundo situadas a 15 km de Chisinau. Las bodegas tienen más de 120 kilómetros de longitud y se formaron debido a la extracción de la caliza que se usaba para la construcción. Gracias a las calizas las temperaturas en las bodegas se mantienen entre 12 y 14 grados durante todo el año. Cricova alberga más de 125.000 botellas de vino, la más antigua tiene 206 años. Durante la visita tendremos oportunidad de degustar 4 tipos de vinos que se producen en Cricova. Regreso a Chisinau. **Cena** y alojamiento.

Día 8 Chisinau/España
Desayuno. Traslado al aeropuerto. Salida en vuelo de regreso a España. Llegada.

Paquete turístico Rumania y Moldavia (Viatges Alemany)

Viaje a Rumania: Transilvania, Los Cárpatos, Moldavia, Bucovina y las ciudades fortaleza

12 Días | Salida GARANTIZADA en grupo: 16 de julio y 2 y 16 de agosto. Salida CERRADA: 2 de septiembre



[Inicio](#) > [Viajes a Europa](#) > [Viajes a Rumania](#) > Viaje a Rumania: Transilvania, Los Cárpatos, Moldavia, Bucovina y las ciudades fortaleza

Viaje a Rumania: Transilvania, Los Cárpatos, Moldavia, Bucovina y las ciudades fortaleza

12 Días | Salida GARANTIZADA en grupo: 16 de julio y 2 y 16 de agosto. Salida CERRADA: 2 de septiembre

Rumania, encrucijada de influencias occidentales, bizantinas y orientales. Un país de nombres evocadores, de antiguas tradiciones, de cuentos y leyendas, de una extraordinaria variedad de paisajes. Los Cárpatos, la meseta de Transilvania, los bosques de Maramures, las suaves colinas y el mundo rural de Moldavia y Bucovina, el Delta del Danubio... Un país rico en historia y también con un pasado convulso. Una historia que se nos mostrará en forma de castillos y pueblos medievales de ancestrales tradiciones. Como en todas nuestras rutas combinamos naturaleza y cultura acercándonos a pie a los espacios naturales y disfrutando del encuentro con pueblos y ciudades de otra época. Desde Bucarest pondremos rumbo a Brasov, ciudad fundada por colonos sajones. Nos internaremos en las montañas de los Cárpatos, conoceremos Bran y las colinas brumosas donde se alza el castillo del Conde Drácula. Caminaremos por el Parque Nacional de Piatra Craiului, uno de los santuarios de la naturaleza en Europa, montañas y bosques que guardan los últimos ejemplares de osos y lobos. Bajando a las llanuras nos esperan ciudades como Sighisoara. Al pie de las montañas conoceremos Sibiu, una de las ciudades fortificadas de Transilvania. Los bosques y el paisaje rural de granjas de madera con la más pura esencia del campo rumano nos espera cuando nos internemos en Moldavia y en Bucovina, una región repleta de Monasterios ortodoxos muchos de ellos declarados Patrimonio de la Humanidad. Un país de seguro que a estas alturas formará ya parte de un inolvidable recuerdo: la belleza cautivadora de sus paisajes, ciudades, monasterios, el delicioso vino de Murfatlar, su cocina de reminiscencias orientales, la alegría y sencillez de sus gentes.... Os esperamos.

Información sobre descuentos

(*) Consigue 80€ de descuento al reservar este viaje 40 días antes de la fecha de salida. ¡No dejes escapar esta oportunidad!



