

OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS



Año 0, Boletín N° 2, Agosto 2014

ANEXOS



Diputación de Burgos



Diputación
de Burgos

BOLETÍN DEL OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS - ANEXOS
Año 0 N° 2 Burgos, Agosto 2014

EDITA:
Universidad de Burgos
Diputación Provincial de Burgos
Ayuntamiento de Burgos

COORDINA:
Pablo Arranz Val

ELABORADO POR:
Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

Arturo Alvear González
Santiago Aparicio Castillo
Pablo Arranz Val
Alicia Izquierdo Yusta



Fernando Lara Ortega
Germán Martínez Arcos
Begoña Sanmartí Estarta

Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Burgos
Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Burgos
Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de Burgos
Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Burgos

Diseño y maquetación: Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

La Universidad de Burgos, la Diputación de Burgos y el Ayuntamiento de Burgos, no se responsabilizan de la información y opiniones contenidas en esta publicación, siendo responsabilidad exclusiva de sus autores.

El Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos es una iniciativa promovida por:



UNIVERSIDAD
DE BURGOS

Sonríe,
es Burgos.



Ayuntamiento
de Burgos



Diputación
de Burgos



Anexos

1. Índice de Confianza Empresarial en el Sector Turístico de Burgos.....	7
1.1 Introducción.....	7
1.2 Objetivos.....	7
1.3 Metodología.....	7
1.4 Resultados.....	10



ANEXOS



The background features a collage of large, colorful, semi-transparent numbers (0-9) in various colors like green, orange, blue, red, and purple. A solid light green rectangular box is positioned on the left side, containing the text 'CONFIANZA EMPRESARIAL'.

CONFIANZA EMPRESARIAL

1. Índice de Confianza Empresarial en el Sector Turístico de Burgos

El contenido de este epígrafe nos muestra el cálculo del **índice de Confianza Empresarial en el Sector Turístico de Burgos** cuyo objetivo es conocer en un momento determinado la percepción que tienen los responsables de los establecimientos de dicho sector sobre la marcha de su negocio, frente al entorno del país, tanto del periodo temporal que acaba como de sus expectativas para el periodo que comienza, mediante la utilización de una encuesta de carácter semestral dirigida a una muestra de empresas vinculadas a la actividad turística en la provincia de Burgos.

1.1 Introducción

En marzo del 2013, se firmó el Convenio Marco de Colaboración entre la Universidad de Burgos, el Excmo. Ayuntamiento de Burgos y la Excmo. Diputación Provincial de Burgos para la promoción turística y la puesta en marcha del Observatorio del Turismo de la ciudad y de la provincia de Burgos. Esta iniciativa pretende ser un instrumento útil que permita analizar las características concretas del sector y su dinamización en la ciudad y la provincia de Burgos.

Para desarrollar este proyecto es muy importante la colaboración de todos los agentes implicados en el sector. Sus conocimientos, sus experiencias y su buen hacer van a contribuir a posicionar a Burgos como uno de los principales destinos turísticos de nuestro país.

Con este propósito se pretende obtener el **Indicador de Confianza Empresarial del Sector Turístico** referido a la ciudad y provincia de Burgos. Este índice se basa en la opinión de los empresarios del sector en relación a una serie de variables que reflejan la situación y expectativas de sus actividades, a través de encuestas de coyuntura, con una periodicidad semestral.

1.2 Objetivos

Principal

Obtener el Indicador de Confianza Empresarial del Sector Turístico respecto a la ciudad y provincia de Burgos que refleje la opinión de los empresarios sobre el sector, en relación a unas series de variables que pongan de manifiesto la situación y expectativas de sus actividades.

Secundario

Analizar la influencia de algunas variables socioeconómicas en la actividad de los negocios del sector.

1.3 Metodología¹

A) INDICADOR DE CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO

Recogida de la Información

La recogida de datos se ha realizado mediante encuesta telefónica a los diferentes establecimientos vinculados directamente al sector turismo en la ciudad y provincia de Burgos, como son:

Alojamientos: Hoteles, Casas Rurales, Campamentos, Albergues.

Restauración: Restaurantes Cafeterías.

El periodo encuestación se realizó en la primera quincena de mayo y continuará en la primera quincena de octubre de 2014.

¹ Similar a la utilizada en:
Indicadores de Confianza Empresarial (INE).
Índice de Confianza Turístico Empresarial (ICTUR) EXCELTUR.

Cuestionario

Con el fin de obtener información, se elaboró un cuestionario que nos permitiera obtener datos sobre las siguientes variables:

- Facturación/Ingresos.
- Número de empleados.
- Inversiones

Las preguntas que se formularon para obtener dicha información sobre las mencionadas variable fueron:

1. Cómo han evolucionado el primer cuatrimestre de 2014, en comparación con el mismo cuatrimestre del año pasado (índice de situación).
2. Cómo se esperan que evolucione el segundo cuatrimestre en comparación con el mismo trimestre el año pasado (índice de expectativas).

Estas preguntas se han medido mediante una escala con tres posiciones:

- Ha aumentado / Sigue igual / Ha disminuido
- Aumentará / Seguirán igual / Disminuirá

Variables	Han aumentado/ aumentarán	Sigue igual	Han disminuido/ disminuirán
Facturación/Ingresos			
Nº empleados contratados			
Inversión			

Segmentación. Población y Muestra

La provincia de Burgos se ha dividido en 8 comarcas para su análisis:

Comarcas	
Zona 1: Arlanza	Zona 5: Merindades
Zona 2: Bureba - Ebro	Zona 6: Pinares
Zona 3: Amaya - Camino	Zona 7: Ribera del Duero
Zona 4: Sierra de la Demanda	Zona 8: Burgos Ciudad

Para cada comarca se obtiene un Índice de Confianza con al objeto de compararlas y estudiarlas.

En la tabla 3.1, se detalla el tamaño de la población a analizar, de acuerdo con las zonas establecidas y el tamaño de la muestra para cada una de las zonas. Al final se ha recogido información de 191 empresas turísticas (tabla 3.2). El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% ($p=q=0.5$) es de +/- 6,42%.

Tabla 3.1: Muestra Comarcas								
Comarcas		Hoteles	Casas Rurales	Campamentos	Albergues	Restaurantes	Cafeterías	Total
Arlanza	Población	29	43	0	0	80	4	156
	Muestra	10	5	0	0	4	1	20
Bureba / Ebro	Población	47	37	4	3	91	17	199
	Muestra	10	5	1	1	4	1	22
Amaya / Camino	Población	31	84	2	2	59	2	180
	Muestra	4	8	1	1	5	1	20
Sierra de la Demanda	Población	27	77	2	0	98	9	213
	Muestra	6	8	1	0	8	0	23
Merindades	Población	35	113	6	0	98	9	261
	Muestra	4	7	1	0	6	2	20
Pinares	Población	7	24	1	0	17	0	49
	Muestra	4	9	1	0	6	0	20
Ribera del Duero	Población	31	92	1	1	95	12	232
	Muestra	4	6	1	1	6	2	20
Burgos Ciudad	Población	73	0	1	1	216	62	353
	Muestra	20	0	1	1	23	15	60
Tota de la Población 1.643					Total de la Muestra 205			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.2: Muestra Comarcas						
Comarcas	Hoteles	Casas Rurales	Campamentos	Restaurantes	Cafeterías	Total
Arlanza	10	5	1	4	0	20
Bureba – Ebro	11	6	1	4	1	23
Amaya - Camino	2	6	1	0	1	10
Sierra de la Demanda	6	6	0	7	0	19
Merindades	5	7	0	5	2	19
Pinares	5	10	0	5	0	20
Ribera del Duero	7	2	0	7	3	19
Burgos Ciudad	29	0	1	24	7	61
Total	75	42	4	56	14	191

Fuente: Elaboración propia.

Tratamiento de la información recogida

Con el objetivo de realizar un análisis continuado en el tiempo, la recogida de información se almacena en una base de datos. La información recogida contiene los datos de contacto del establecimiento (datos identificativos del establecimiento y persona de contacto), la comarca a la que pertenece, y las variables objeto de análisis.

Una vez obtenida la información se procesara de la siguiente manera:

1. Se calcula el % de cada respuesta total, por comarca y por tipo de establecimiento.

2. Se calcula el saldo como la diferencia entre “ha aumentado / aumentarán” menos “ha disminuido / disminuirán” para cada una de las variables Ingresos / Facturación, Empleo e Inversión.
3. Se calcula el **Indicador de Situación**²: recoge la diferencia o saldo entre el porcentaje de respuestas que consideran que sus ingresos en el periodo enero-mayo de 2014 han aumentado en relación con las obtenidas en el periodo enero-mayo de 2013 y los que consideran que sus ingresos en el periodo enero-mayo de 2014 han disminuido en relación con las obtenidas en el periodo enero-mayo de 2013.
4. Se calcula el **Indicador de Expectativas**: recoge la diferencia o saldo entre el porcentaje de respuestas que consideran que sus ingresos en el periodo junio - septiembre de 2014 aumentarán en relación con los obtenidos en el periodo junio - septiembre de 2013 y los que consideran que sus ingresos en el periodo junio - septiembre de 2014 disminuirán en relación con las obtenidas en el periodo junio - septiembre de 2013.
5. Se calculará el **Índice de Confianza del Sector Turístico en Burgos (ICTBU)**³

$$ICTBU = \sqrt{(\text{Indicador de Situación} + 200) * (\text{Indicador de Expectativas} + 200)} - 200$$

Se realizaran gráficos y/o diagramas para reflejar la información.

² Nos hemos basado sólo en la variable ingresos/facturación ya que las respuestas obtenidas en relación con las variables empleo e inversión no presentan grandes diferencias entre valoraciones positivas y negativas, ya que más del 70% de las respuestas han considerado el igual tanto en la situación como en las expectativas

³ Siguiendo la metodología utilizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

B) FACTORES CONDICIONANTES DE LA ACTIVIDAD

Recogida de la Información

La recogida de datos se realiza a través de encuestas telefónicas a los diferentes establecimientos vinculados directamente al sector turismo. El Periodo de encuestación se realizará en la primera quincena de mayo y primera de octubre.

Variables

Las variables utilizadas⁴ para el análisis son:

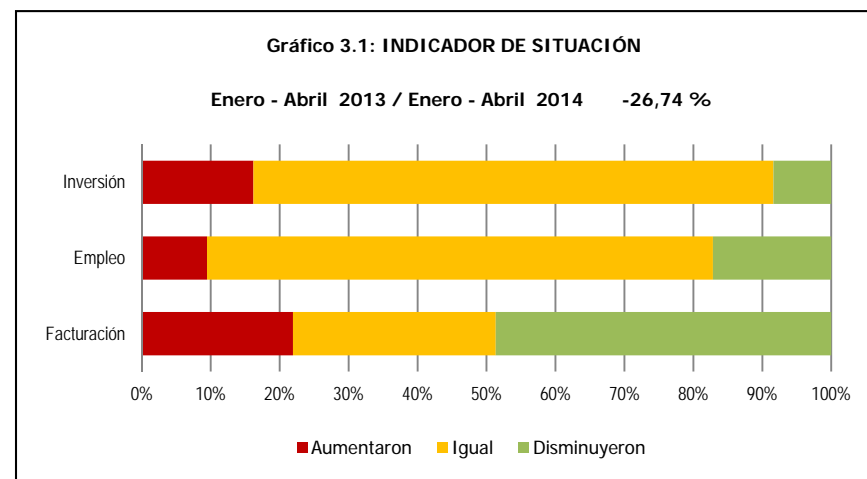
- ✓ Situación económica.
- ✓ Política económica.
- ✓ Legislación.
- ✓ Acceso ayudas públicas.
- ✓ Acceso financiación.
- ✓ Comportamiento competencia.
- ✓ Comportamiento de la demanda.
- ✓ Exceso de oferta.
- ✓ Existencia personal cualificada.
- ✓ Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda.

⁴ Utilizadas en el Índice de Confianza Empresarial del Sector Turístico de la Comunidad Valenciana (ICESTUR.CV).

1.4 Resultados

CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS

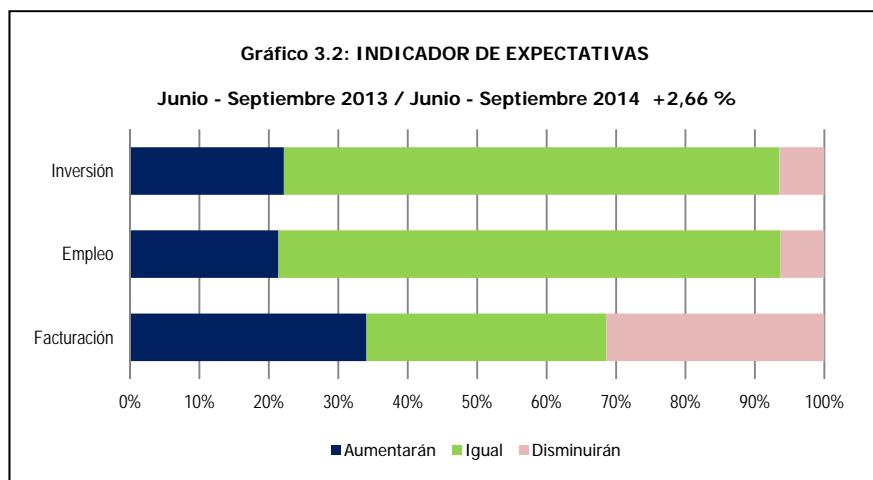
ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -12,61%



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Facturación	41	55	91
Empleo	16	124	29
Inversión	29	135	15

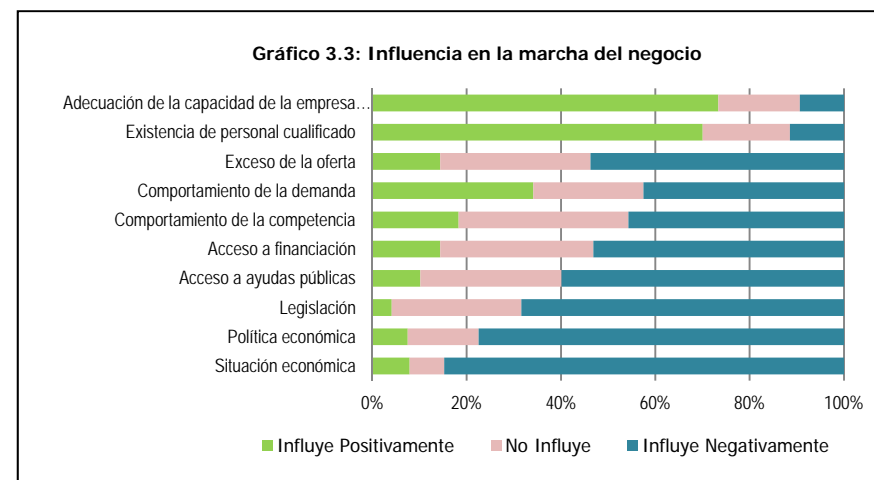
%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Facturación	21,93	29,41	48,66	-26,74
Empleo	9,47	73,37	17,16	-7,69
Inversión	16,20	75,42	8,38	7,82



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

N°	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	64	65	59
Empleo	37	125	11
Inversión	41	132	12

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Expectativas
Facturación	34,04	34,57	31,38	2,66
Empleo	21,39	72,25	6,36	15,03
Inversión	22,16	71,35	6,49	15,68

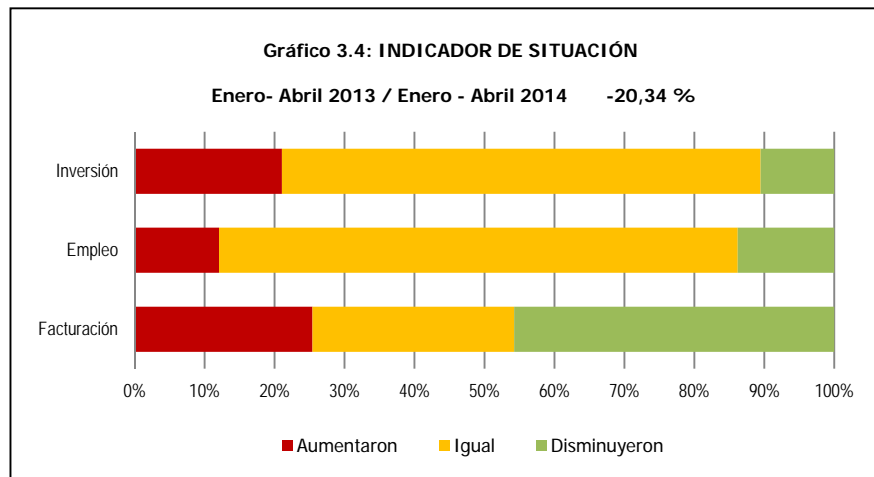


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

%	Influye Positivamente	No influye	Influye Negativamente
Situación económica	7,91	7,34	84,75
Política económica	7,51	15,03	77,46
Legislación	4,09	27,49	68,42
Acceso a ayudas públicas	10,18	29,94	59,88
Acceso a financiación	14,38	32,50	53,13
Comportamiento de la competencia	18,29	36,00	45,71
Comportamiento de la demanda	34,13	23,35	42,51
Exceso de la oferta	14,38	31,88	53,75
Existencia de personal cualificado	70,06	18,47	11,46
Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda	73,38	17,27	9,35

CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS CIUDAD

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -5,76%



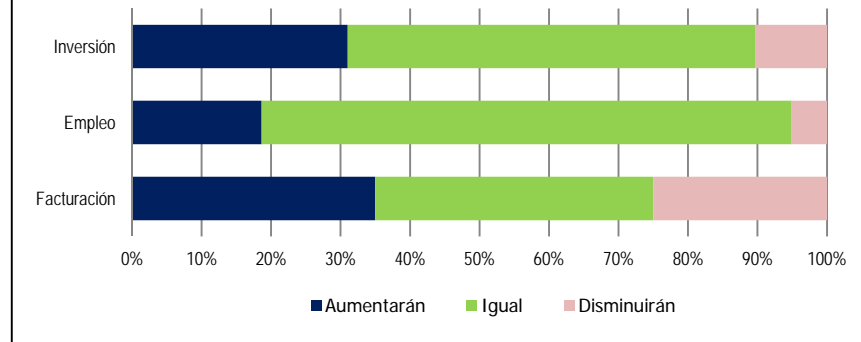
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Facturación	15	17	27
Empleo	7	43	8
Inversión	12	39	6

%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Facturación	25,42	28,81	45,76	-20,34
Empleo	12,07	74,14	13,79	-1,72
Inversión	21,05	68,42	10,53	10,53

Gráfico 3.5: INDICADOR DE EXPECTATIVAS

Junio - Septiembre 2013 / Junio - Septiembre 2014 +10,0 %

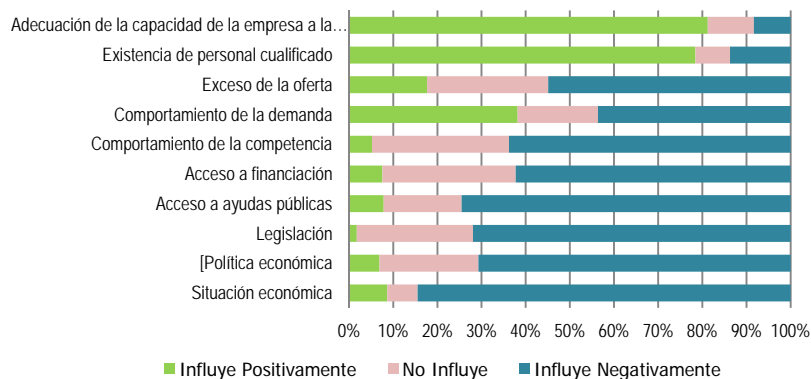


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	21	24	15
Empleo	11	45	3
Inversión	18	34	6

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Expectativas
Facturación	35,00	40,00	25,00	10,00
Empleo	18,64	76,27	5,08	13,56
Inversión	31,03	58,62	10,34	20,69

Gráfica 3.6: Influencia en la marcha del negocio



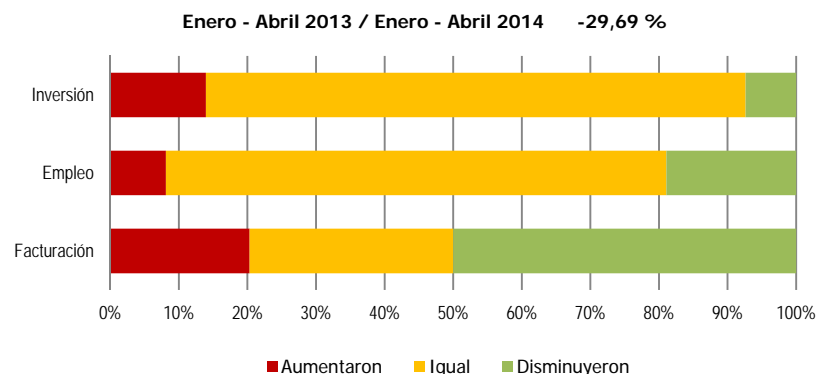
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

%	Influye Positivamente	No influye	Influye Negativamente
Situación económica	8,62	6,90	84,48
Política económica	6,90	22,41	70,69
Legislación	1,75	26,32	71,93
Acceso a ayudas públicas	7,84	17,65	74,51
Acceso a financiación	7,55	30,19	62,26
Comportamiento de la competencia	5,17	31,03	63,79
Comportamiento de la demanda	38,18	18,18	43,64
Exceso de la oferta	17,65	27,45	54,90
Existencia de personal cualificado	78,43	7,84	13,73
Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda	81,25	10,42	8,33

CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS PROVINCIA

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -15,80%

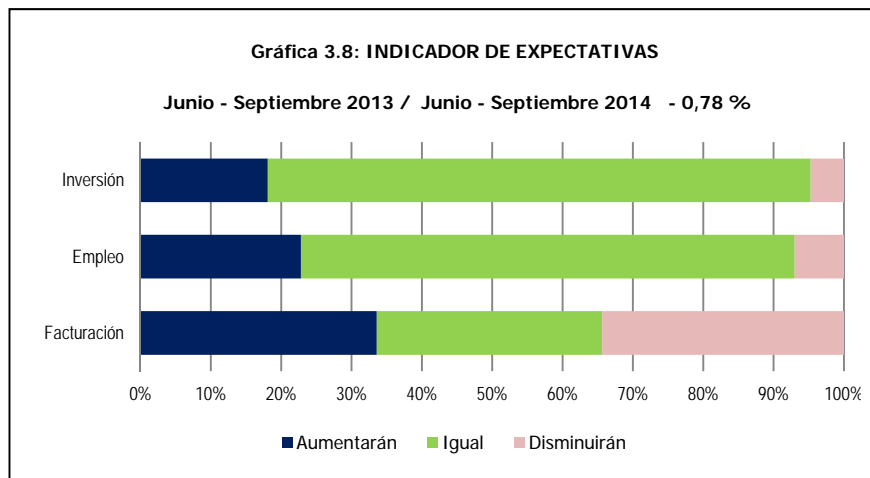
Gráfica 3.7: INDICADOR DE SITUACIÓN



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Facturación	26	38	64
Empleo	9	81	21
Inversión	17	96	9

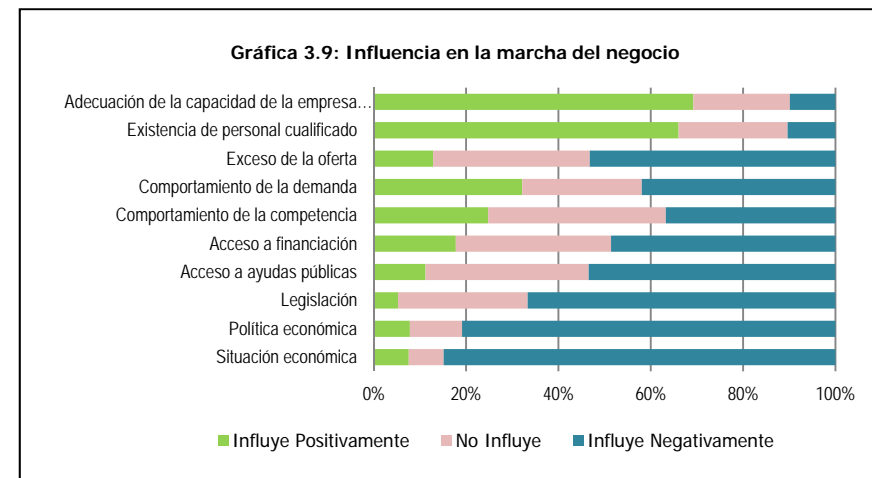
%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Facturación	20,31	29,69	50,00	-29,69
Empleo	8,11	72,97	18,92	-10,81
Inversión	13,93	78,69	7,38	6,56



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	43	41	44
Empleo	26	80	8
Inversión	23	98	6

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Expectativas
Facturación	33,59	32,03	34,38	-0,78
Empleo	22,81	70,18	7,02	15,79
Inversión	18,11	77,17	4,72	13,39

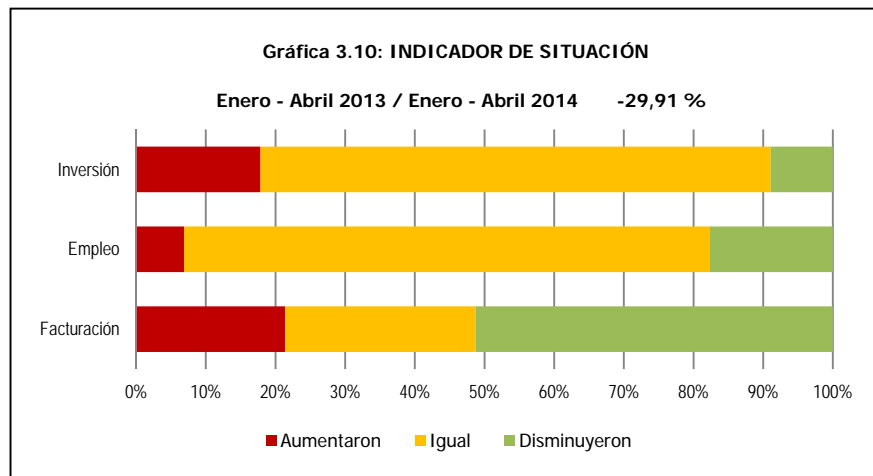


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

%	Influye Positivamente	No influye	Influye Negativamente
Situación económica	7,56	7,56	84,87
Política económica	7,83	11,30	80,87
Legislación	5,26	28,07	66,67
Acceso a ayudas públicas	11,21	35,34	53,45
Acceso a financiación	17,76	33,64	48,60
Comportamiento de la competencia	24,79	38,46	36,75
Comportamiento de la demanda	32,14	25,89	41,96
Exceso de la oferta	12,84	33,94	53,21
Existencia de personal cualificado	66,04	23,58	10,38
Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda	69,23	20,88	9,89

CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR ALOJAMIENTOS DE BURGOS

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -14,39%



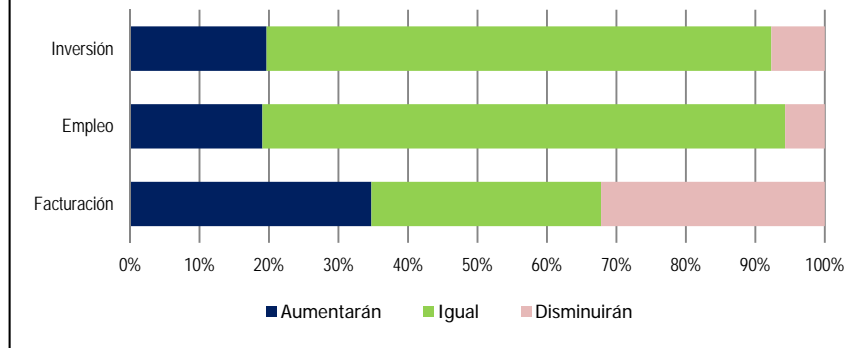
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Facturación	25	32	60
Empleo	7	77	18
Inversión	20	82	10

%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Facturación	21,37	27,35	51,28	-29,91
Empleo	6,86	75,49	17,65	-10,78
Inversión	17,86	73,21	8,93	8,93

Gráfica 3.11: INDICADOR DE EXPECTATIVAS

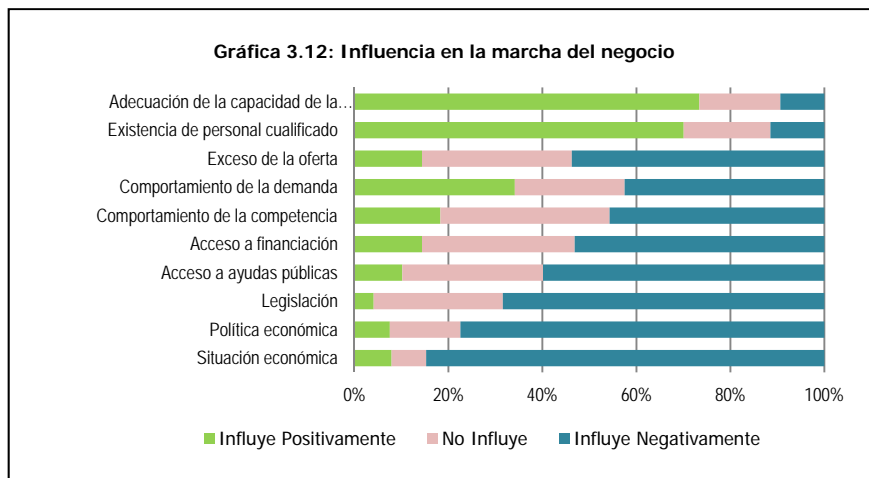
Junio - Septiembre 2013 / Junio - Septiembre 2014 +2,54 %



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	41	39	38
Empleo	20	79	6
Inversión	23	85	9

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Expectativas
Facturación	34,75	33,05	32,20	2,54
Empleo	19,05	75,24	5,71	13,33
Inversión	19,66	72,65	7,69	11,97

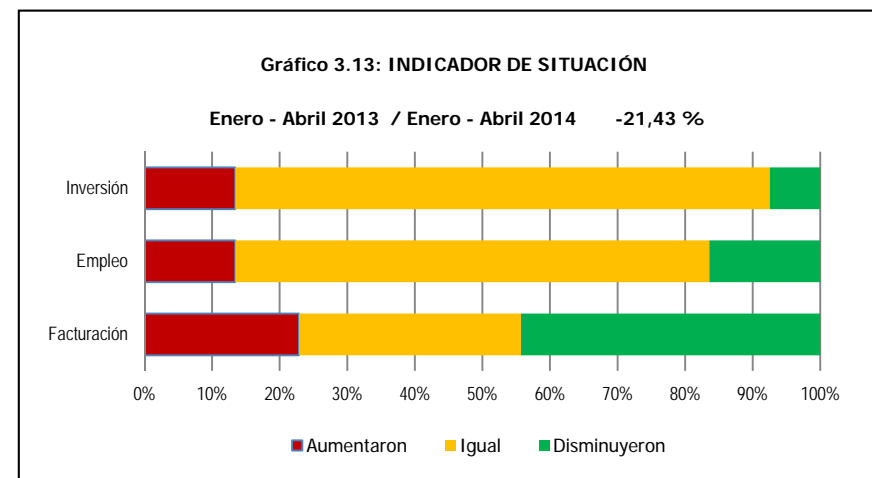


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

%	Influye Positivamente	No influye	Influye Negativamente
Situación económica	7,91	7,34	84,75
Política económica	7,51	15,03	77,46
Legislación	4,09	27,49	68,42
Acceso a ayudas públicas	10,18	29,94	59,88
Acceso a financiación	14,38	32,50	53,13
Comportamiento de la competencia	18,29	36,00	45,71
Comportamiento de la demanda	34,13	23,35	42,51
Exceso de la oferta	14,38	31,88	53,75
Existencia de personal cualificado	70,06	18,47	11,46
Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda	73,38	17,27	9,35

CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR RESTAURACIÓN DE BURGOS

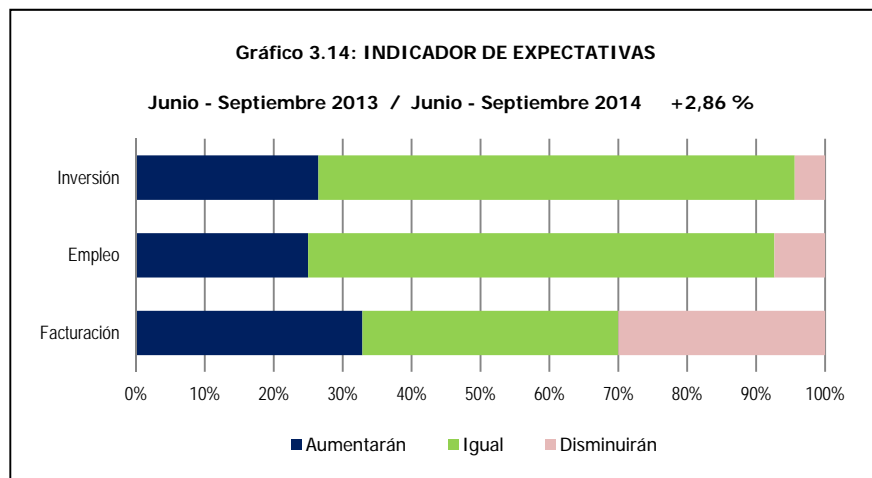
ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -9,67%



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Facturación	16	23	31
Empleo	9	47	11
Inversión	9	53	5

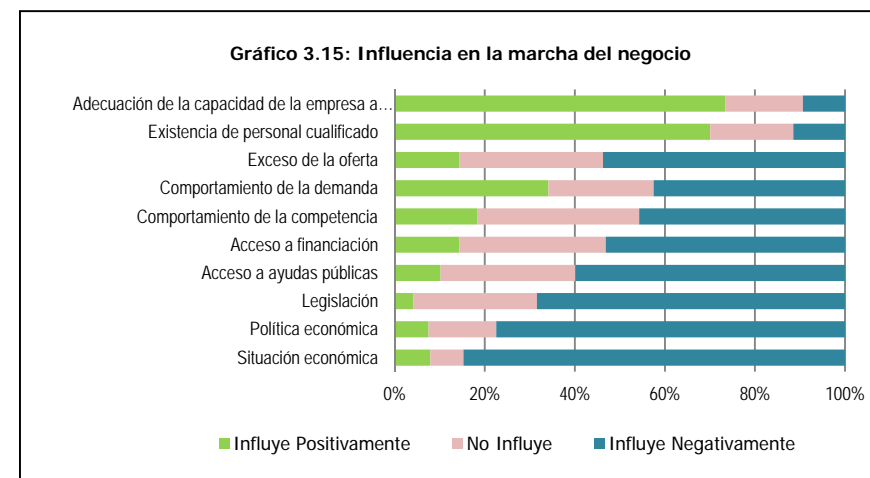
%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Facturación	22,86	32,86	44,29	-21,43
Empleo	13,43	70,15	16,42	-2,99
Inversión	13,43	79,10	7,46	5,97



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	23	26	21
Empleo	17	46	5
Inversión	18	47	3

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Expectativas
Facturación	32,86	37,14	30,00	2,86
Empleo	25,00	67,65	7,35	17,65
Inversión	26,47	69,12	4,41	22,06



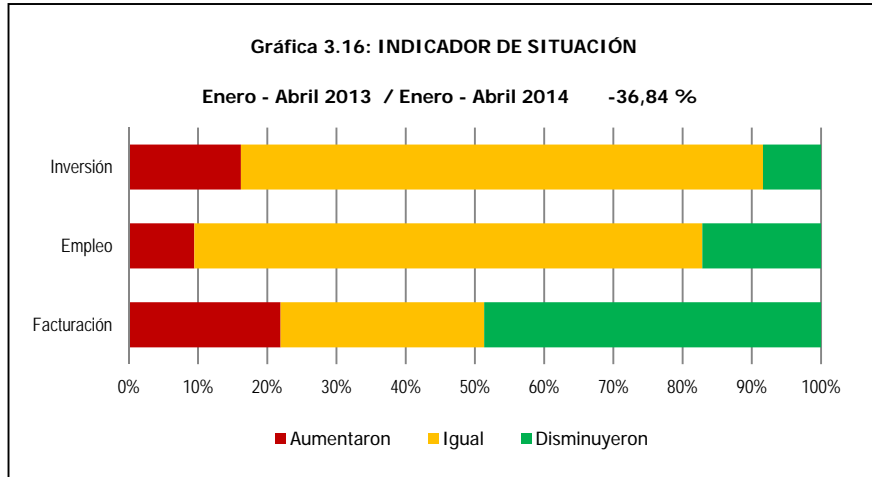
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

%	Influye Positivamente	No influye	Influye Negativamente
Situación económica	7,91	7,34	84,75
Política económica	7,51	15,03	77,46
Legislación	4,09	27,49	68,42
Acceso a ayudas públicas	10,18	29,94	59,88
Acceso a financiación	14,38	32,50	53,13
Comportamiento de la competencia	18,29	36,00	45,71
Comportamiento de la demanda	34,13	23,35	42,51
Exceso de la oferta	14,38	31,88	53,75
Existencia de personal cualificado	70,06	18,47	11,46
Adecuación de la capacidad de la empresa a la demanda	73,38	17,27	9,35

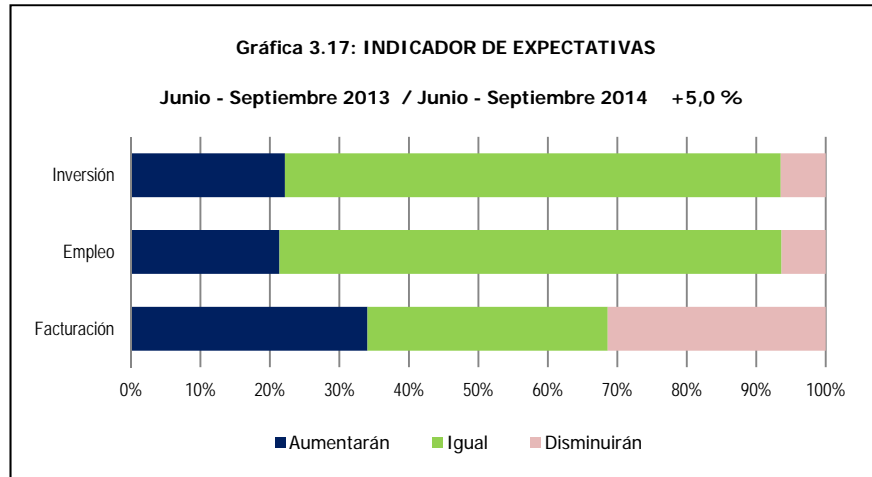
CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO POR COMARCAS

ARLANZA

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -17,11%



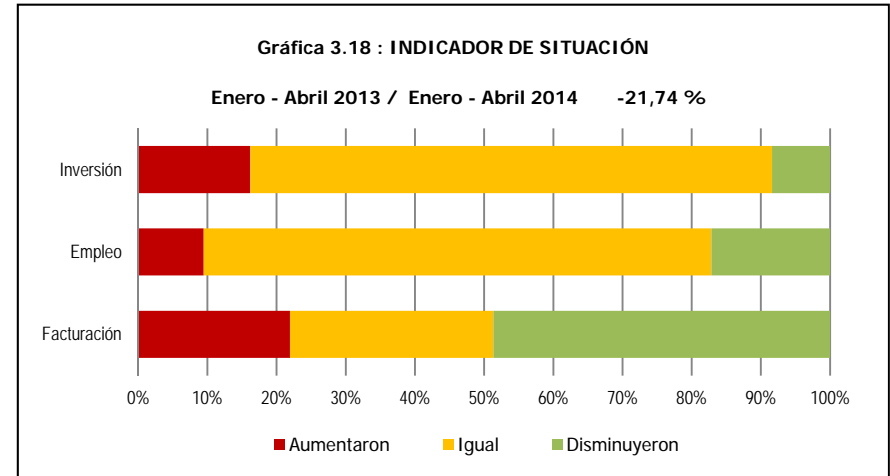
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



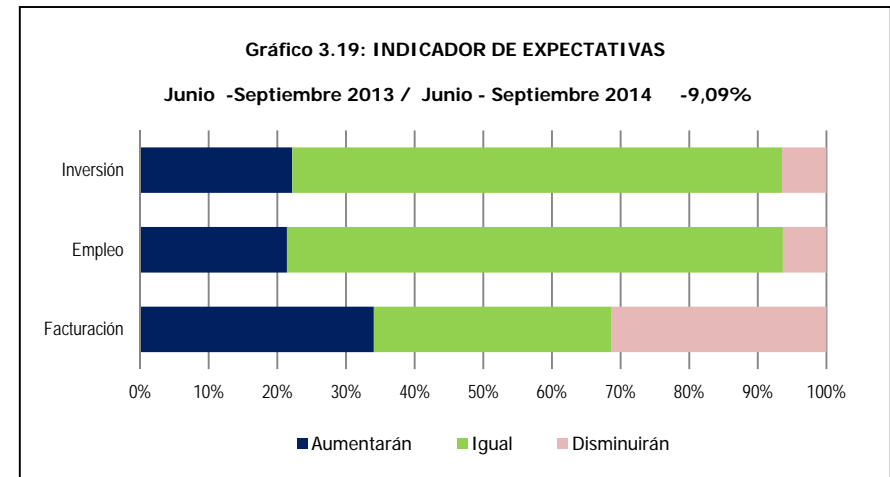
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

BUREBA - EBRO

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -15,72%



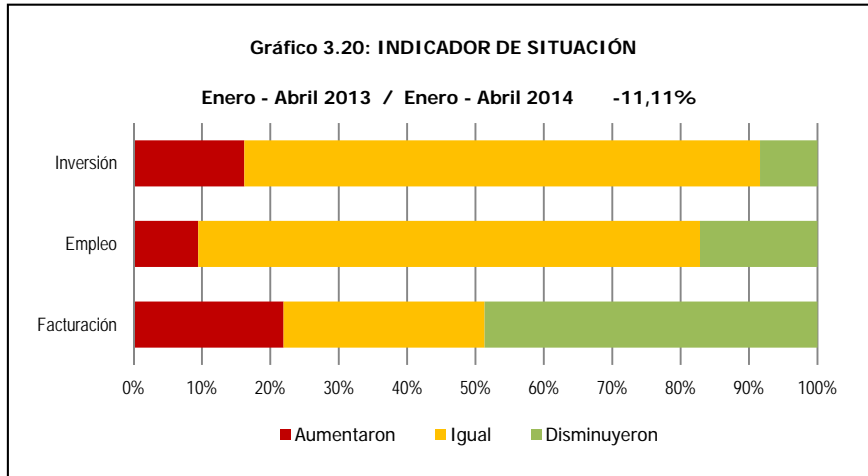
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



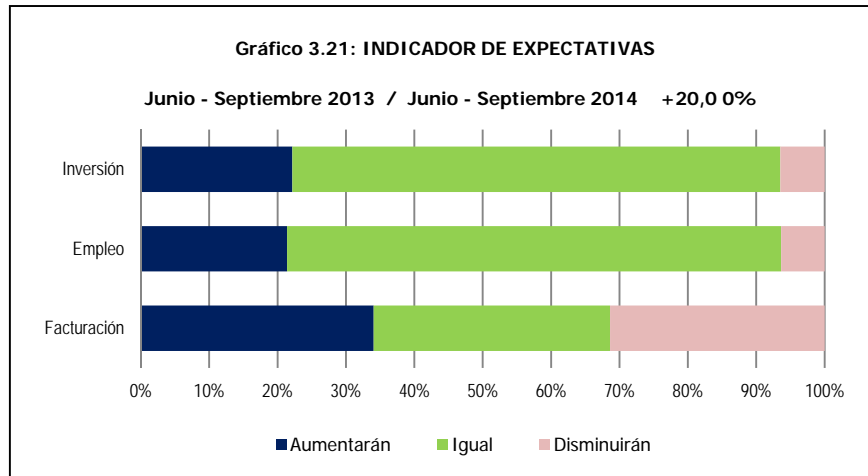
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

AMAYA - CAMINO

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL +3,85%



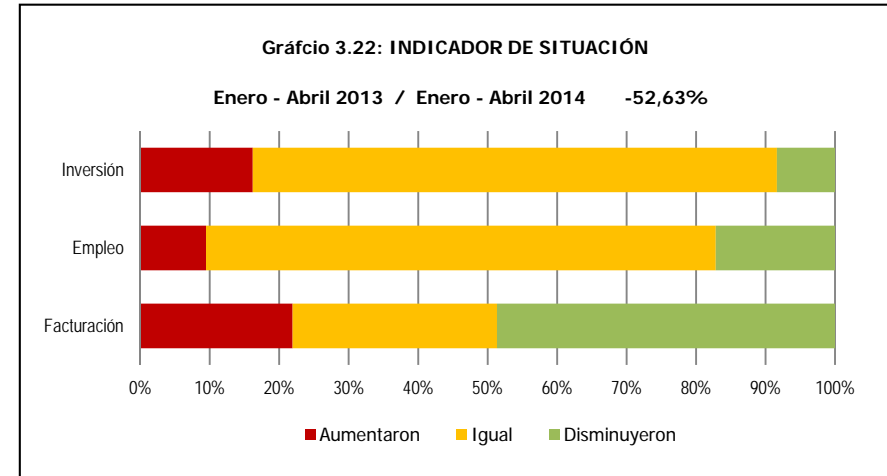
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



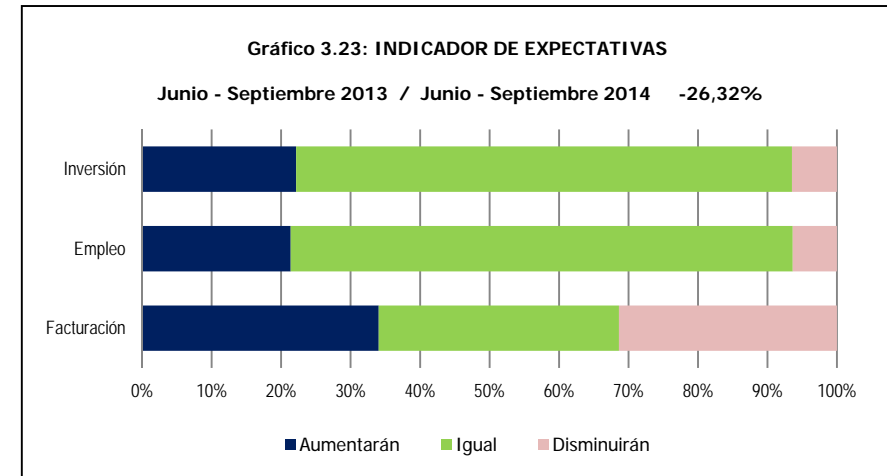
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

SIERRA DE LA DEMANDA

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -40,01%



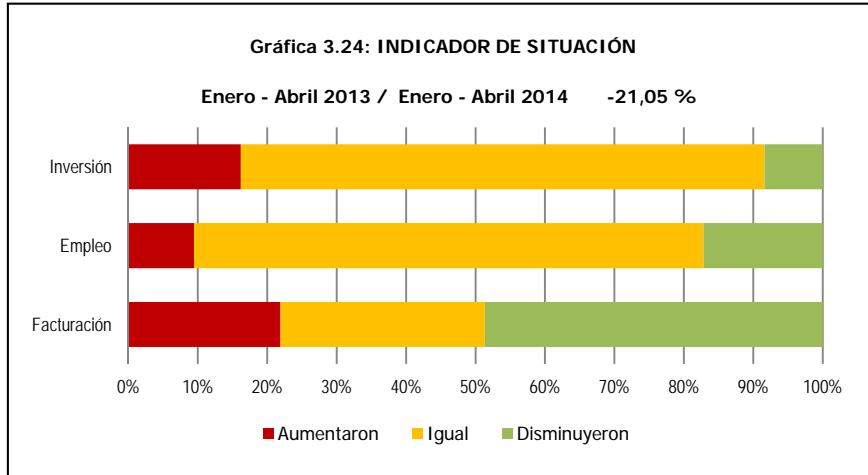
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

MERINDADES

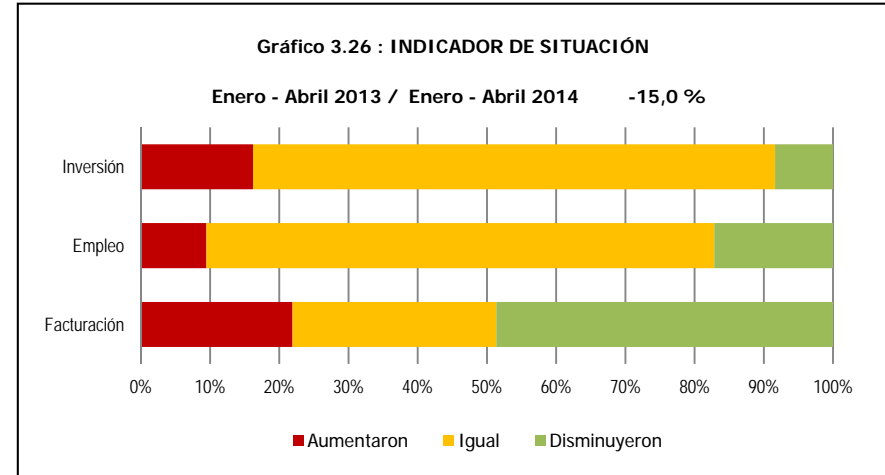
ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -26,39%



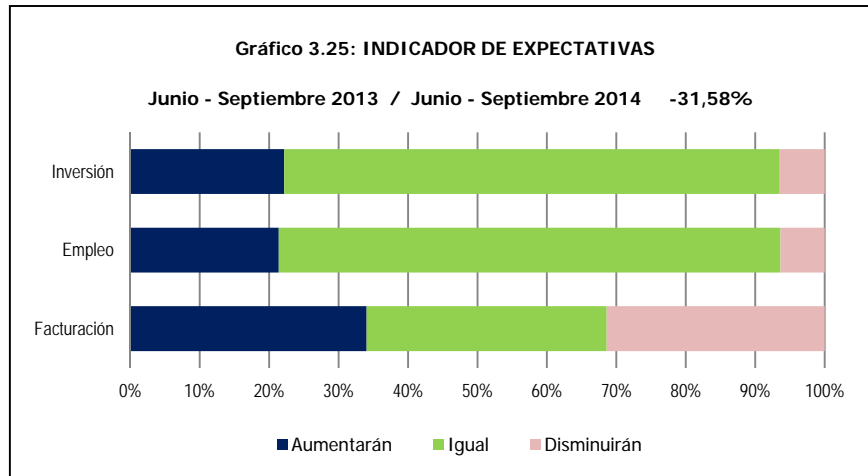
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

PINARES

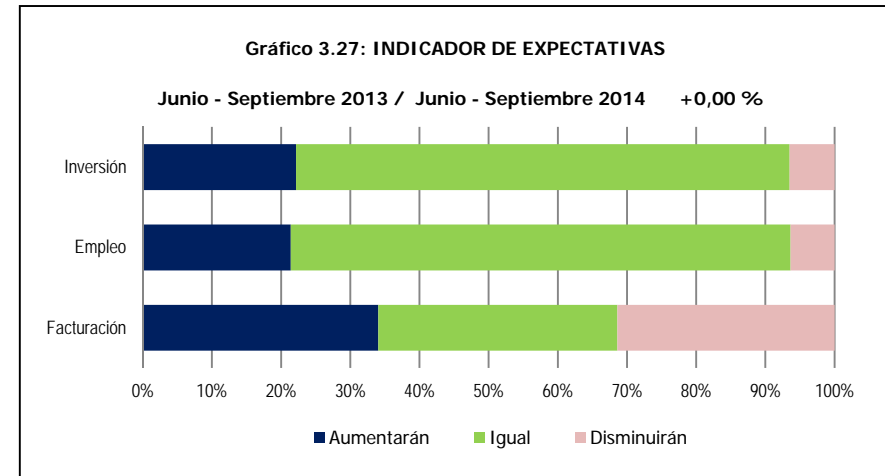
ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -7,64%



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



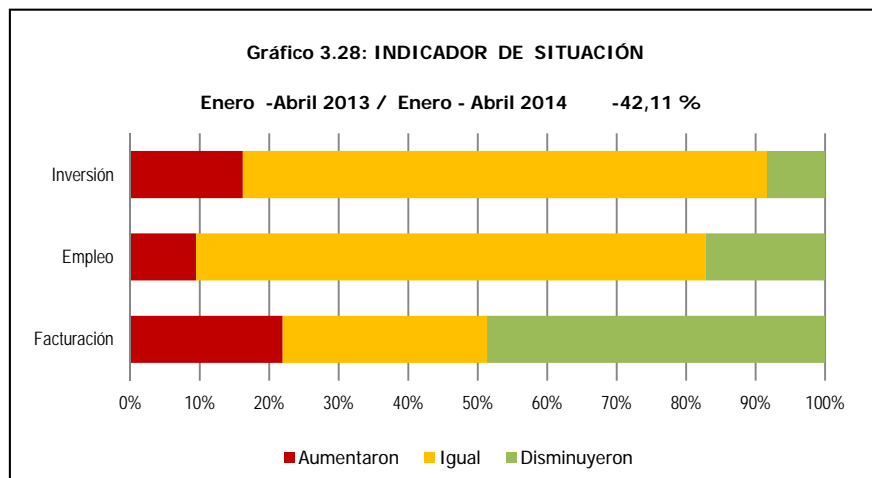
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



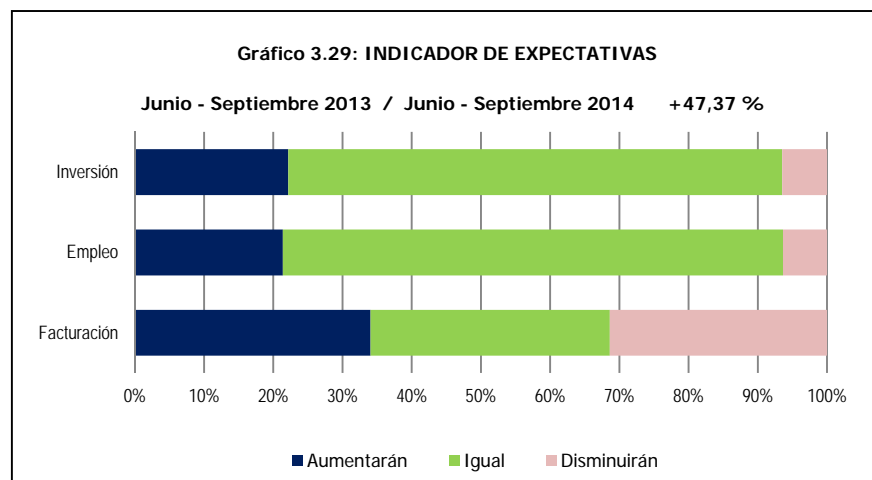
Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

RIBERA DEL DUERO

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -2,37%



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

ALGUNAS SUGERENCIAS PARA MEJORAR EL SECTOR

ARLANZA

- Mucha burocracia.
- Mayor formación específica y mayor cualificación de los profesionales turísticos.
- Mucho intrusismo. Las páginas web engañan en los precios. Competencia desleal.
- Administraciones que se preocupen por el sector y dotarle de ayudas económicas.
- Mejorar la señalización. Trabajar por habitaciones no por casas completas.

BUREBA - EBRO

- Bajar el IVA. Más políticas favorables.
- El sector está fastidiado, si esto sigue así nos cargamos el sector.
- Más promoción, se centra mucho en la catedral y en el museo. Promocionar otros lugares. Dar a conocer otros lugares para que se integren en distintos itinerarios. Bono completo de distintos destinos. Mayor publicidad y promoción.
- Ayudas para el sector.
- Bajada de impuestos (4) (5) IIII (6) II.

AMAYA - CAMINO

- Mejorar la señalización II (6).
- Fomento cultural del entorno.
- Ayudas para proyectos-rutas.
- Apoyo de administraciones locales y mejor y más información II.
- Fomento de la cultura del entorno.
- Apoyo al emprendedor y a la pequeña empresa. Menos impuestos para las empresas. Bonificaciones y ayudas. Licencias.

- Mayor formación.
- Catalogación de Casas Rurales. Patrimonio. Fomento y apoyo al turismo particular (información).
- Publicidad de las Casas Rurales fuera de Castilla y León II.
- Publicidad que tienen que dar los organismos públicos.

SIERRA DE LA DEMANDA

- Señalización y promoción escasa, no existe señalización de Covarrubias en la carretera nacional II.
- Fomentar los centros de recepción de visitantes.
- Mejorar la información de la zona (Urrez).

MERINDADES

- Que se promueva el turismo interior y la restauración. Incremento descontrolado de la oferta de casa rurales.

PINARES

- Dar a conocer el Observatorio.
- Plan renove del turismo para PYMEs y empresas familiares.
- Mayor promoción de la Junta.
- Mejorar la explotación del Cañón de Rio Lobos (se lo está llevando Soria).
- Cambio en la legislación en Turismo Rural.
- Hacer fiestas y actividades.
- Los Ayuntamientos no promocionan el turismo.
- Simplificar trámites administrativos.

RIBERA DEL DUERO

- Mejorar la planificación de actividades en las localidades para que repercuta más directamente en ellas (ejemplo los autobuses llegan a las Edades del Hombre y no comen en Aranda sino en otras localidades).

- Aumento de Ayudas (no se concreta) (8).
- Horarios de los establecimientos.
- Incrementar las actividades de promoción en otras ciudades.
- Facilitar el acceso a créditos (5).
- Mejorar las comunicaciones en la Ribera del Duero.
- Que las Administraciones Ayuden y no entorpezcan.
- La Diputación debería promocionar más las Casas Rurales.
- Página web más sencilla. Turismoburgos.org como buscador oficial y accesibilidad. Aplicaciones para móviles y tablets.
- Problemas de comunicación y promoción. Falta de educación en pueblos. Falta de información.

BURGOS

- Mejorar la cualificación de las personas que se inician como empleados en el sector (sobre todo idiomas).
- Eliminar la competencia desleal II –Hay casas sin medidas de seguridad y no pagan impuestos.
- Mayor regulación relacionada con la categoría de los establecimientos (8) (5).
- Legislación insuficiente.
- Incrementar las actividades de promoción en otras ciudades (8).
- Campañas de promoción más efectivas (8).
- Promoción para conocer más la ciudad y provincia (8) III.
- Incremento de fines de semana temáticos o actividades temáticas (8) (7).
- Potenciar la Oficina de Congresos (8).
- Realización de actividades en la calle (8).
- Colaboraciones con el entorno –otros municipios o agentes- que permita incrementar la estancia de los turistas (8).
- Más Congresos en la ciudad creando demanda en este sector (8).
- Mucha competencia en precios (8).
- Procesos de evaluación externa de establecimientos.
- Actividades que permitan la unión y colaboración de los agentes del sector (8).

PRINCIPALES SUGERENCIAS

1. Mejorar la promoción con paquetes integrados ciudad y provincia.
2. Centralizar toda la información de turismo de Burgos en una única página web.
3. Mayor promoción nacional e internacional de toda la oferta (no sólo catedral y museo de la evolución).
4. Control del intrusismo y la competencia desleal.
5. Mejorar la formación de las personas que empiezan a trabajar en hostelería y mejora de la capacitación en idiomas.
6. Incrementar las actividades culturales, temáticas y de las realizadas en la calle.
7. Mejorar de la señalización de rutas y monumentos.



Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Burgos
C/Parralillos, s/n 09001 - BURGOS
Tfnos: 947 258962 y 634 265144
E-mail: otb@ubu.es



Diputación de Burgos