

# OBSERVATORIO DE TURISMO

DE LA CIUDAD Y PROVINCIA

# DE BURGOS



Año 1, Boletín N° 4, Marzo 2015



Diputación  
de Burgos



Diputación  
de Burgos

BOLETÍN DEL OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS  
Año 1 Nº 4 Burgos, Marzo 2015

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  
Begoña Sanmartí Estarta

Becarios Colaboradores:

María Luisa Curiel Garrachón    Lara Sánchez Gil    Stefanie Salomé Proaño Mancero

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



# Sumario

<b>Presentación.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Indicadores de la Oferta y la Demanda.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Indicadores de la Oferta.....</b>	<b>7</b>
1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.1.2 Análisis comparado por provincias	
1.1.3 Alojamientos de Turismo Rural	
1.1.4 Restauración	
1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2014	
<b>1.2 Indicadores de la Demanda.....</b>	<b>12</b>
1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.2.2 Alojamientos de Turismo Rural	
1.2.3 Evolución por provincias (viajeros y pernoctaciones)	
<b>2. Empleo en Hostelería en Burgos.....</b>	<b>23</b>
<b>3. Visitantes en Puntos de Referencia.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Visitantes en Burgos ciudad.....</b>	<b>30</b>
3.1.1 Oficinas de Turismo	
3.1.2 Puntos de Interés	
<b>3.2 Visitantes en la provincia de Burgos.....</b>	<b>39</b>
3.2.1 Oficinas de Turismo de la provincia	
3.2.2 Puntos de Interés de la provincia	
<b>4. Análisis del Perfil y Percepción del visitante de la ciudad y la provincia de Burgos.....</b>	<b>49</b>
4.1 Ficha Técnica.....	49
4.2 Perfil del visitante.....	50
4.3 Preparación de la visita.....	52
4.4 Visita.....	58
4.5 Fidelización.....	62
4.6 Mejoras.....	63
4.7 Análisis comparativo de los periodos de encuestación segundo y quinto.....	64
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>71</b>
<b>Glosario de Términos.....</b>	<b>74</b>



## Presentación

En este Boletín número 4, correspondiente al período Septiembre a Diciembre 2014, el objetivo del Equipo Técnico del Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos es observar la evolución y la satisfacción de la demanda del sector, en la ciudad y provincia de Burgos, y tratar de aportar información relevante para los diferentes usuarios del sector.

Realizamos una recopilación y análisis de los principales indicadores de la oferta –establecimientos hoteleros, alojamientos de turismo rural y de restauración de los años 2012, 2013 y 2014- demanda y empleo de los meses del año 2014, efectuando posteriormente una comparación de los mismos con los obtenidos en años anteriores. Para el análisis de la demanda, nos basamos en el número de viajeros y pernoctaciones registrados, tanto en hoteles como en alojamientos de turismo rural, los datos obtenidos en Burgos los comparamos por un lado, con los de otras cuatro ciudades/provincias –Córdoba, Cuenca, León y Salamanca – y por otro, con los índices observados en la Comunidad Autónoma de Castilla y León y España.

Para el análisis de la satisfacción de los turistas en este quinto periodo de encuestación –octubre 2014 a enero 2015- se han realizado 984 encuestas a los turistas (417 en la ciudad y 567 en la provincia). Se analizan los resultados obtenidos en los distintos apartados: perfil del visitante, preparación y desarrollo de su visita, satisfacción y fidelización de los visitantes recogiendo algunas ideas de por qué recomendarían Burgos como destino turístico, así como las propuestas de mejora y la demanda de servicios/actividades para ampliar el número de pernoctaciones en su visita. Este apartado se complementa con el análisis comparado de los periodos de encuestación segundo y quinto (datos: octubre 2013 a enero 2014 y octubre 2014 a enero 2015).

Finalizamos el Boletín con las principales conclusiones obtenidas en cada uno de los apartados mencionados anteriormente, con la idea de que puedan contribuir a facilitar la mejora y la toma de decisiones de los diferentes agentes implicados en el turismo de Burgos.

*Equipo Técnico del Observatorio de Turismo  
de la ciudad y provincia de Burgos*



1

# OFERTA Y DEMANDA



# 1. Indicadores de la Oferta y la Demanda

En este quinto boletín presentamos una evolución de los indicadores de oferta y demanda turísticas, desde el año 2005 al 2014, condicionado en cada caso a los periodos de información disponible. Cuando se realizan comparaciones con los resultados obtenidos en Burgos, Castilla y León y España se utilizan números índices, pues en caso contrario no sería posible representarlos gráficamente.

La comisión técnica del Observatorio decidió realizar también comparaciones de los mismos datos con los existentes en las ciudades y provincias de León, Salamanca, Córdoba y Cuenca por considerarse que no están tan condicionadas por los núcleos poblacionales de Madrid y Barcelona.

La mayoría de la información contenida en este boletín se ha obtenido de las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) por ser la única disponible para la realización de las comparaciones mencionadas y de donde pueden obtenerse datos desagregados para la ciudad y la provincia de Burgos.

## 1.1 Indicadores de la Oferta

En este apartado se muestra la información correspondiente a la evolución del número de establecimientos y plazas hoteleras, número de alojamientos y plazas de turismo rural, la oferta de restauración –establecimientos y plazas- y la oferta total de establecimientos de Burgos.

### 1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

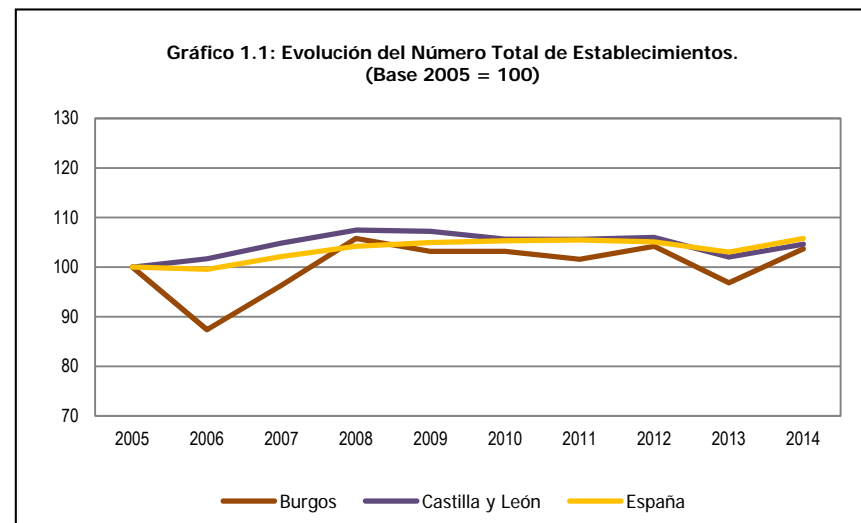
En el año 2014 el **número de establecimientos hoteleros** (hoteles y hostales) en la provincia alcanzó los 197 establecimientos lo que supone un

incremento del 7,07% en relación al año 2013, siendo este crecimiento mayor al experimentado en Castilla y León y en el conjunto nacional, situación que contrasta con la disminución que se experimentó en la oferta del número de establecimientos en el año anterior (gráfico 1.1).

**Tabla 1.1: Variación anual del Número Total de Establecimientos (Comparación)**

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	198	1.309	13.045
Diciembre 2013	184	1.260	12.794
Diciembre 2014	197	1.292	13.135
Variación 13-14	7,07%	2,54%	2,67%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

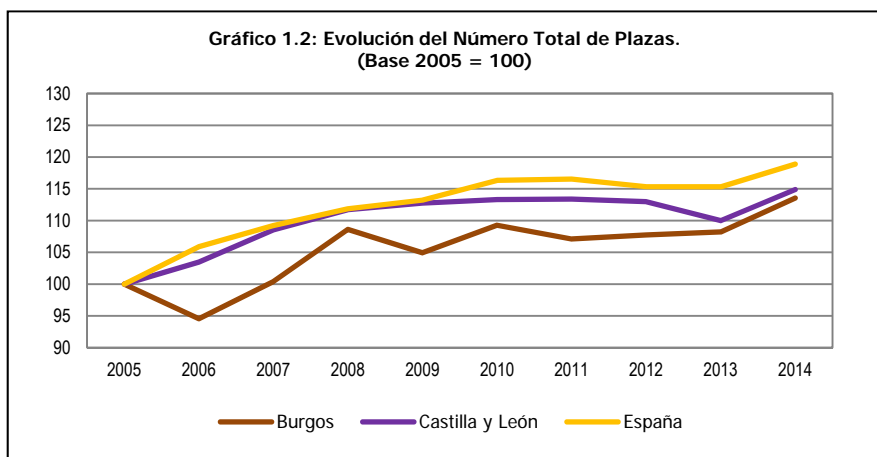
El incremento de la oferta hotelera en 2014 se ve también reflejado en el incremento del **número de plazas hoteleras** (418) lo que supone un aumento del 4,95% respecto al año 2013 (tabla 1.2).

**Tabla 1.2: Variación anual del Número Total de Plazas**  
(Comparación)

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	8.410	56.721	1.085.943
Diciembre 2013	8.447	55.227	1.085.730
Diciembre 2014	8.865	57.684	1.119.226
Variación 13-14	4,95%	4,45%	3,09%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia

El **número de plazas hoteleras**, ha experimentado un incremento de un 13,50% en relación al año base 2005. Este hecho junto con los datos positivos sobre el número de establecimientos, ponen de manifiesto la evolución de la oferta hotelera en esta última década.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

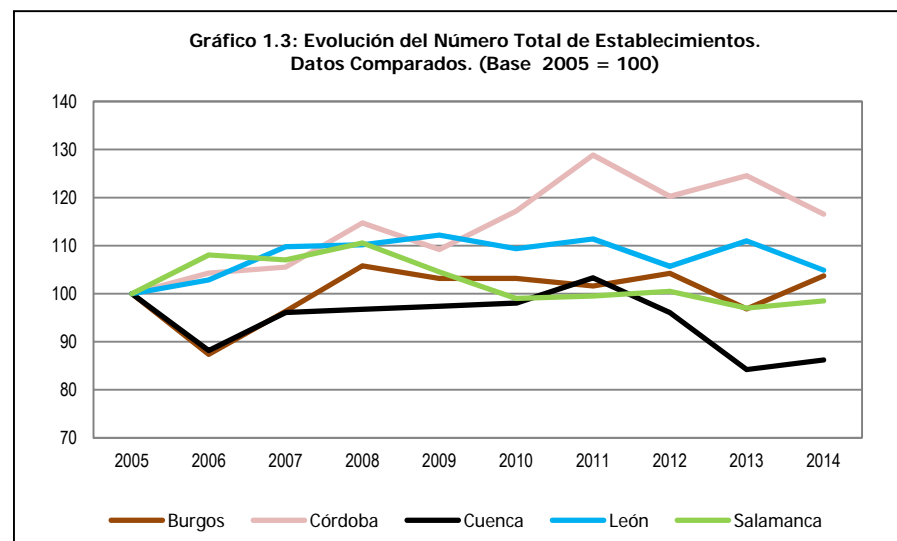
### 1.1.2 Análisis comparado por provincias

En la tabla 1.3 y el gráfico 1.3 podemos observar que en las ciudades de Salamanca, Burgos y Cuenca se ha producido un aumento en el número total de establecimientos; por el contrario en Córdoba y León el número total de establecimientos disminuyó.

**Tabla 1.3: Variación anual del Número Total de Establecimientos**  
(Datos Comparados)

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca
Diciembre 2012	198	196	146	260	200
Diciembre 2013	184	203	128	273	193
Diciembre 2014	197	190	131	258	196
Variación 13-14	7,07%	-6,40%	2,34%	-5,49%	1,55%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia



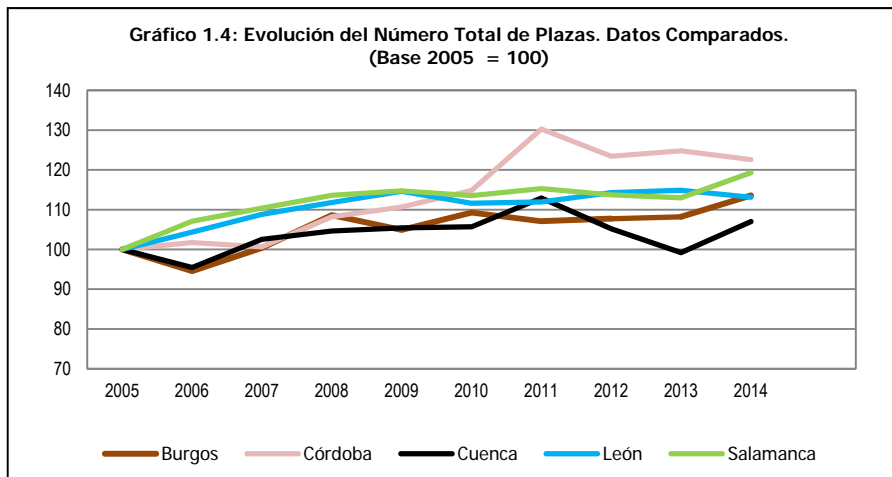
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



**Tabla 1.4: Variación anual del Número Total de Plazas**  
(Datos Comparados)

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca
Diciembre 2012	8.410	10.813	5.077	10.492	9.956
Diciembre 2013	8.447	10.934	4.789	10.543	9.888
Diciembre 2014	8.865	10.742	5.165	10.385	10.441
Variación 13-14	4,95%	-1,76%	7,85%	-1,50%	5,59%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



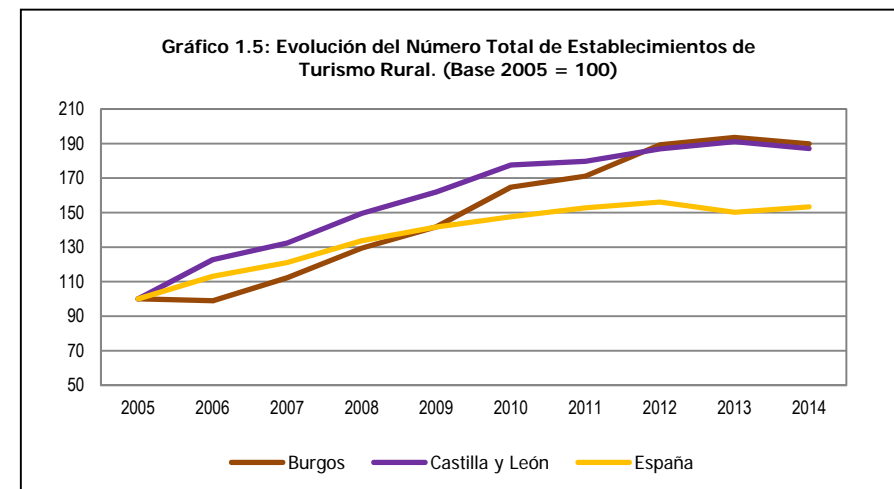
### 1.1.3 Alojamientos de Turismo Rural

La tabla 1.5 refleja los datos correspondientes al **Turismo Rural** de la provincia de Burgos, Castilla y León y el total nacional. En el año 2014, el número de establecimientos de turismo rural en la provincia alcanzó los 355 lo que supone un descenso en la oferta rural del 1,93% respecto al año 2013, inferior al experimentado en Castilla y León (-2,10%), mientras que en el conjunto nacional se produjo un incremento del 2,08%.

**Tabla 1.5: Variación anual del Número Total de Establecimientos de Turismo Rural. (Comparación)**

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	354	3.299	15.117
Diciembre 2013	362	3.373	14.544
Diciembre 2014	355	3.302	14.847
Variación 13-14	-1,93%	-2,10%	2,08%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

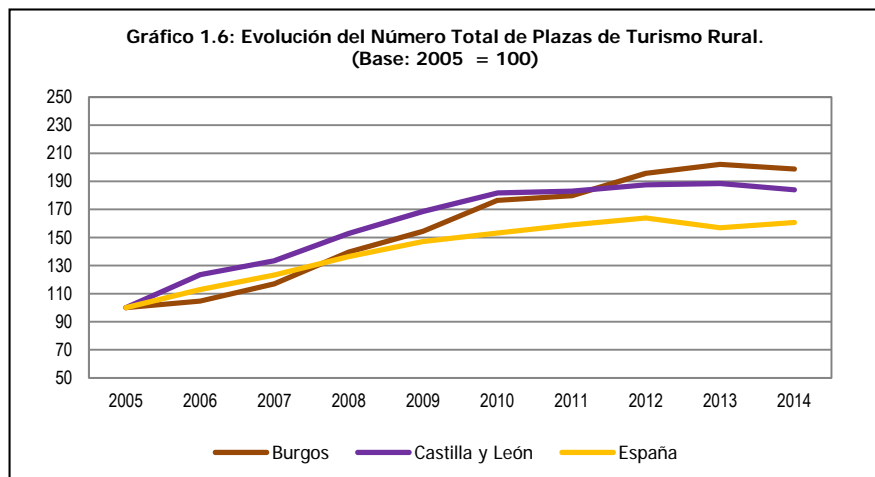
Los datos anteriores nos permiten comprobar que el número de establecimientos de alojamiento de turismo rural se ha incrementado casi un 90% en relación al año 2005, situándose su evolución en el año 2014, a niveles muy similares a los de Castilla y León.

En relación a las plazas ofertadas en turismo rural, en Burgos se observa un descenso del 1,64% en 2014 en relación al 2013, cifra algo inferior a las variaciones, también decrecientes en Castilla y León. Si tomamos como año base 2005, se puede apreciar un crecimiento bastante importante de casi un 99% en el periodo analizado.

**Tabla 1.6: Variación anual del Número Total de Plazas de Turismo Rural (Comparación)**

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	3.537	28.911	137.694
Diciembre 2013	3.651	29.061	131.887
Diciembre 2014	3.591	28.376	134.990
Variación 13-14	-1,64%	-2,36%	2,35%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

### 1.1.4 Restauración

En relación con la **oferta de restauración**, comparando los años 2013-2014, se observa un ligero decremento en restauración (-0,84%) y un incremento en el número de cafeterías (4,72%). En la ciudad sólo destaca su aumento en cafeterías, permaneciendo constante el número de restaurantes.

**Tabla 1.7: Variación anual Oferta de Restauración en Burgos**

	Restaurantes			Cafeterías		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2012	683	211	472	105	61	44
2013	714	216	498	106	62	44
2014	708	216	492	111	64	47
Variación 13-14	-0,84%	0,00%	-1,20%	4,72%	3,23%	6,82%

Fuente: Servicio de Información Estadística de la Junta de Castilla y León (SIE) y elaboración propia.

**Tabla 1.8: Evolución Oferta de Restauración Burgos (2005-2014)**

	Restaurantes			Cafeterías		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	583	188	395	88	52	36
2006	609	196	413	88	51	37
2007	628	200	428	89	51	38
2008	643	205	438	94	55	39
2009	666	212	454	96	56	40
2010	690	216	474	96	56	40
2011	677	207	469	101	60	41
2012	683	211	472	105	61	44
2013	714	216	498	106	62	44
2014	708	216	492	111	64	47

Fuente: Servicio de Información Estadística de la Junta de Castilla y León (SIE) y elaboración propia.

Observando la evolución de la oferta de restauración en Burgos en el periodo 2005-2014, se puede apreciar que en estos 10 años se ha producido un aumento del 24,5% en el número de restaurantes en la provincia, pasando de 395 a 492 establecimientos, frente al 14,9% en la ciudad, pasando de 188 a 216. Por otro lado, en cuanto al número de cafeterías, el incremento en el periodo analizado de la capital ha sido de un 23,07%, frente al 30,55% en la provincia.

### 1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2014

**Tabla 1.9: Datos Oferta Turística en Burgos 2012-2014. Datos comparados**

COMARCAS	Alojamientos Hoteleros			Alojamientos de Turismo Rural			Apartamentos Turísticos			Campamentos Turísticos			Albergues			Restaurantes			Cafeterías		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Arlanza	28	29	30	40	43	40	3	3	3	0	0	0	0	0	0	73	80	71	4	4	4
Bureba Ebro	46	47	48	39	37	36	2	2	2	4	4	4	3	3	3	84	91	88	16	17	19
Amaya - Camino	30	31	31	80	84	83	5	5	5	2	2	2	2	2	2	56	59	59	2	2	2
Sierra de la Demanda	26	27	28	79	77	72	3	3	3	2	2	2	0	0	0	57	58	62	0	0	0
Merindades	35	35	35	111	113	109	4	6	6	6	6	6	0	0	0	92	98	97	9	9	11
Pinares	8	7	7	24	24	20	2	2	2	1	1	1	0	0	0	17	17	15	0	0	0
Ribera del Duero	32	31	32	89	92	84	3	3	3	1	1	1	1	1	1	93	95	100	13	12	11
Ciudad de Burgos	71	73	73	0	0	00	2	2	2	1	1	1	1	1	1	211	216	216	61	62	64
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>276</b>	<b>280</b>	<b>284</b>	<b>462</b>	<b>470</b>	<b>444</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>683</b>	<b>714</b>	<b>708</b>	<b>105</b>	<b>106</b>	<b>111</b>

Fuente: Servicio de Información Estadística. SIE. Junta de Castilla y León y elaboración propia.

Los datos de la tabla anterior, nos permite observar un estancamiento del sector, desde el punto de vista de la oferta con un ligero incremento únicamente en los alojamientos hoteleros en el año 2014 con respecto a los existentes en 2013, aunque se siguen observando elevadas discrepancias con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

## 1.2 Indicadores de la Demanda

En este apartado se presentan los principales resultados obtenidos desde el punto de vista de la demanda turística centrados en el análisis de los datos de viajeros, pernoctaciones, grado de ocupación y estancia media obtenidos en los establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera. EOH) y alojamientos de Turismo Rural (Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural EOATR).

### 1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

Los datos de la tabla 1.10 muestran la evolución de la demanda durante el periodo 2005-2014, en relación con los **viajeros registrados en establecimientos hoteleros**. De su análisis se puede destacar diferentes aspectos: en primer lugar, se ha producido un incremento de un 3,25%, en Burgos capital; en segundo lugar, la demanda se ha incrementado de manera destacada en la provincia (10,18%). En términos globales la demanda en el último año ha aumentado (6,37%) pero muy por encima de la media de Castilla y León (3,47%) y del conjunto nacional (4,51%).

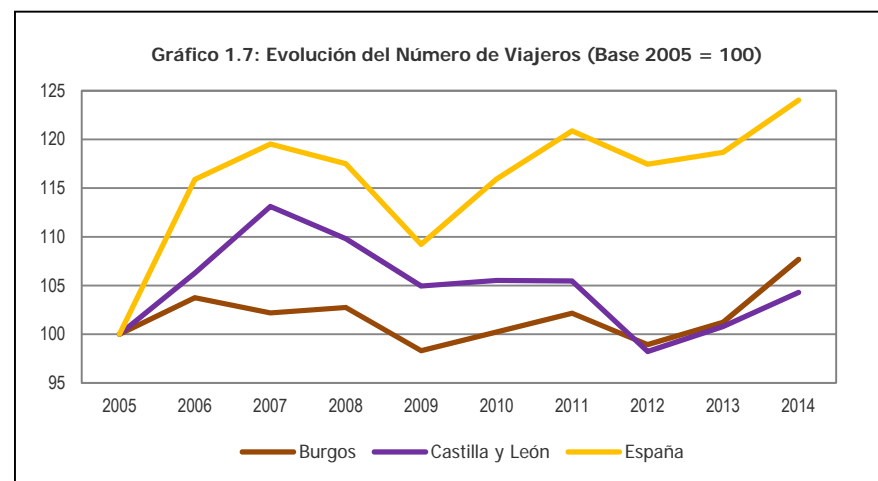
**Tabla 1.10: Número de Viajeros 2005–2014. Comparación**

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2005	708.396	333.251	375.145	3.998.109	70.629.023
2013	717.084	393.929	323.155	4.029.668	83.820.919
2014	762.780	406.741	356.039	4.169.643	87.599.029
Variación 2013-2014	6,37%	3,25%	10,18%	3,47%	4,51%

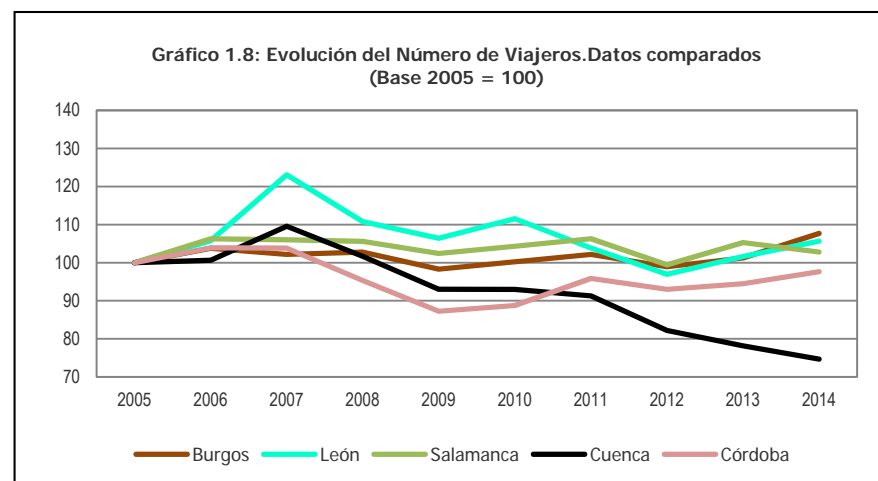
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia

La evolución del número de viajeros, gráfico 1.7 nos permite comprobar cómo el número de viajeros en términos generales en el año 2014 se encuentra en niveles superiores a los del año base (2005), tanto para Burgos como para Castilla

y León y España, igualmente sucede con la evolución de viajeros del número de viajeros en Burgos con una tendencia creciente desde el año 2012.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

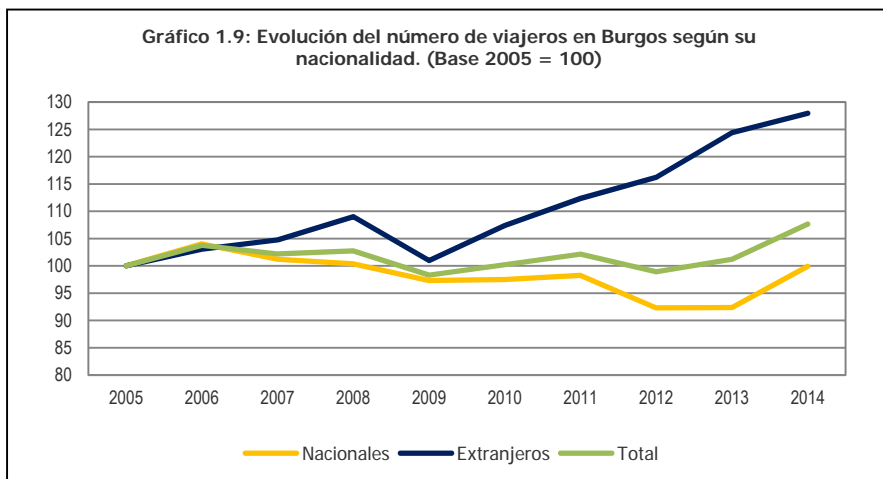


En el gráfico 1.8, podemos observar que la evolución del número de viajeros en Burgos, Salamanca, León y Córdoba es positiva en los últimos años, siendo Cuenca la única provincia que continua con clara tendencia descendente.

**Tabla 1.11: Número de viajeros en Burgos según nacionalidad 2005-2014**

Año	NACIONALES			EXTRANJEROS			TOTAL		
	Total	Ciudad	Prov.	Total	Ciudad	Prov.	Total	Ciudad	Prov.
2005	512.189	240.664	271.525	196.207	92.587	103.620	708.396	333.251	375.145
2013	472.993	261.115	211.878	244.092	132.814	111.278	717.085	393.929	323.156
2014	511.750	271.533	240.217	251.031	135.208	115.823	762.781	406.741	356.040
Variación 2013-2014	8,19%	3,99%	13,38%	2,84%	1,80%	4,08%	6,37%	3,25%	10,18%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

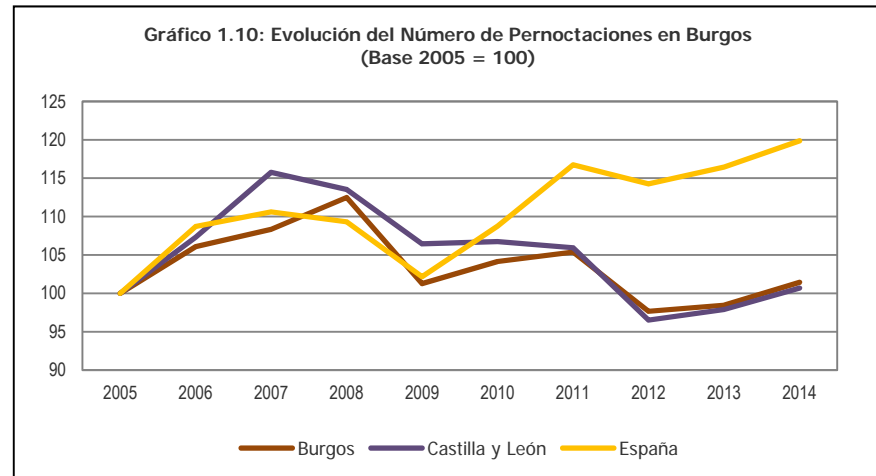
El análisis de la evolución del número de viajeros, nos permite comprobar un gran incremento en el número de los extranjeros a partir del 2009. Este dato

contrasta con la disminución del número de los nacionales. Como hemos comentado anteriormente el número total de viajeros ha aumentado este último año, tanto en la ciudad (3,25%) como en la provincia (10,18%).

**Tabla 1.12: Número de Pernoctaciones 2005-2014. Comparación**

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2005	1.088.142	474.603	613.539	6.703.675	245.637.159
2013	1.071.302	587.898	483.404	6.562.938	286.030.161
2014	1.103.868	586.096	517.772	6.750.056	294.416.321
Variación 2013-2014	3,04%	-0,31%	7,11%	2,85%	2,93%

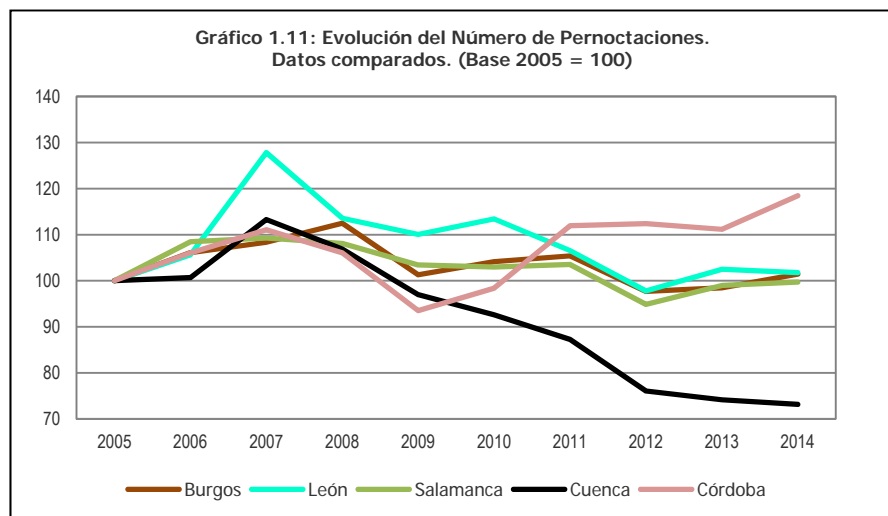
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

Un análisis de las **pernoctaciones** nos permite observar cómo en el periodo 2005-2014 se ha producido un incremento del 1,44% en 2014 respecto a

2005 y del 3,04% respecto a 2013 en términos globales en Burgos. Este hecho ha venido causado por el incremento en las pernoctaciones en provincia de turistas nacionales (10,66%). Realizando una comparación con la evolución de las pernoctaciones en Castilla y León (2,85%) y España (2,93%), Burgos se encuentra con un mayor crecimiento que ambos (3,04%).



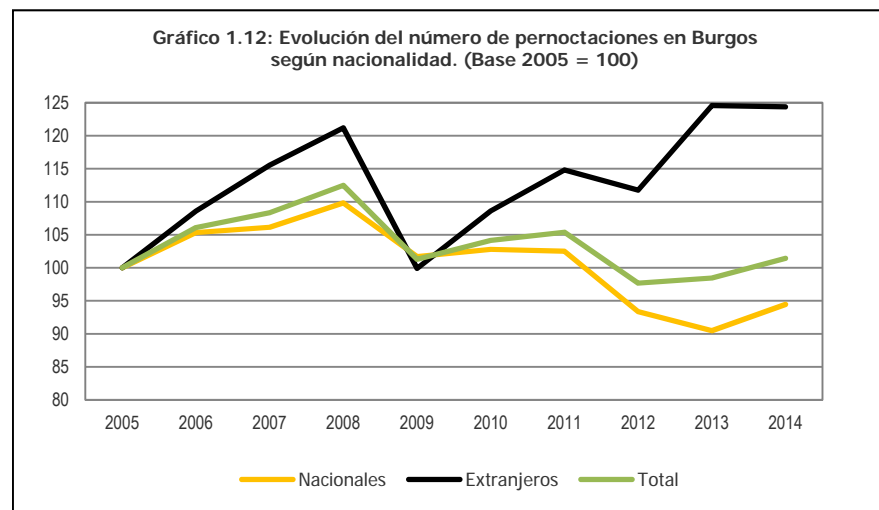
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

La evolución en el número de pernoctaciones en las ciudades tomadas como referencia, destacamos a Córdoba como la ciudad donde mayor incremento se ha experimentado en los últimos años y a Cuenca como la ciudad donde más se ha acentuado la disminución en el número de pernoctaciones. Centrándonos en las ciudades de Castilla y León, observamos que en León es ligeramente superior al de Burgos y Salamanca, pero todas se aproximan mucho a las tasas registradas en 2005.

**Tabla 1.13: Número de pernoctaciones en Burgos según nacionalidad. 2005-2014**

Año	NACIONALES			EXTRANJEROS			TOTAL		
	Total	Ciudad	Prov.	Total	Ciudad	Prov.	Total	Ciudad	Prov.
2005	833.707	355.180	478.527	254.435	119.422	135.013	1.088.142	474.603	613.539
2013	754.405	408.249	346.156	316.895	179.649	137.246	1.071.300	587.898	483.402
2014	787.430	404.376	383.054	316.439	181.720	134.719	1.103.869	586.096	517.773
Variación 13-14	4,38%	-0,95%	10,66%	-0,14%	1,15%	-1,84%	3,04%	-0,31%	7,11%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

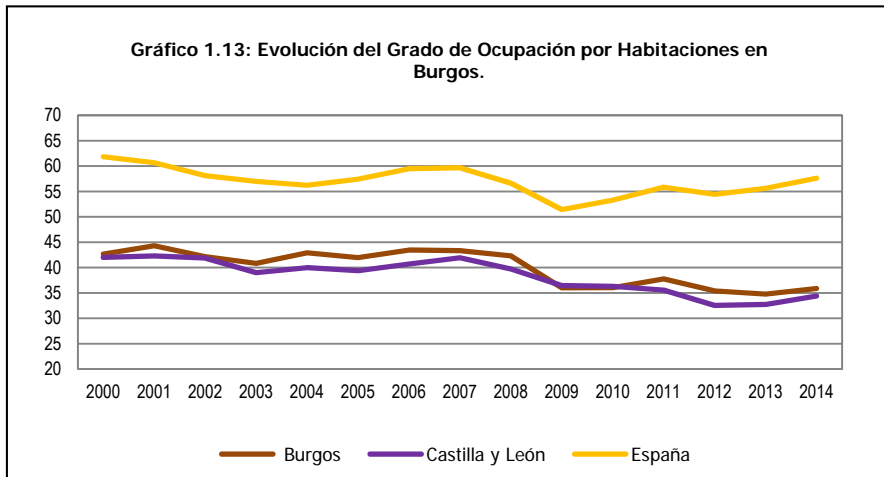


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

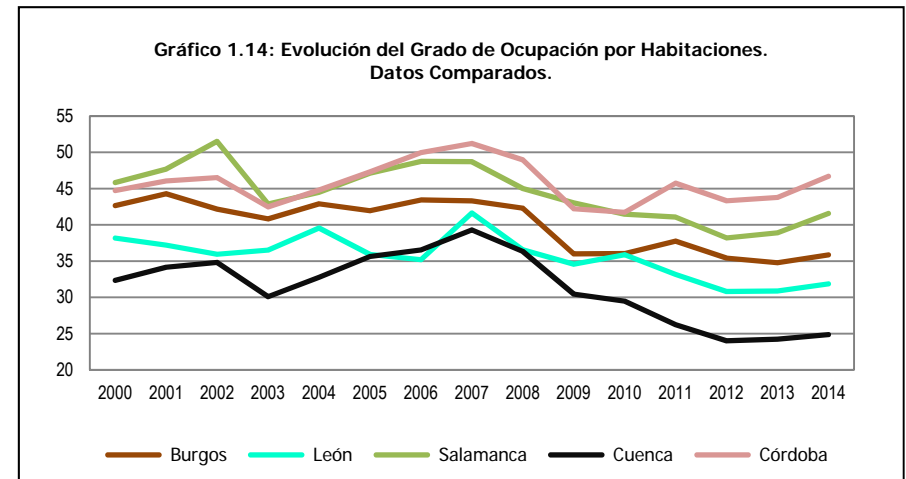
Por lo que respecta a la evolución de las pernoctaciones hoteleras en función de si son realizadas por viajeros nacionales o extranjeros, se puede decir que en valores absolutos son ligeramente superiores a las registradas en 2005, habiendo crecido un 3,04% en el periodo 2013-2014. Si analizamos la evolución de

las pernoctaciones de viajeros realizadas en la ciudad de Burgos, observamos que en viajeros nacionales se ha producido una disminución de un 0,95% en 2014 respecto al año anterior, en cambio, las pernoctaciones de turistas extranjeros, en la capital han aumentado un 1,15%. Sin embargo, cuando se analizan los datos de la provincia, para el mismo periodo, aumentan considerablemente las pernoctaciones de turistas nacionales (10,66%), frente a una disminución en los turistas extranjeros (-1,84%).

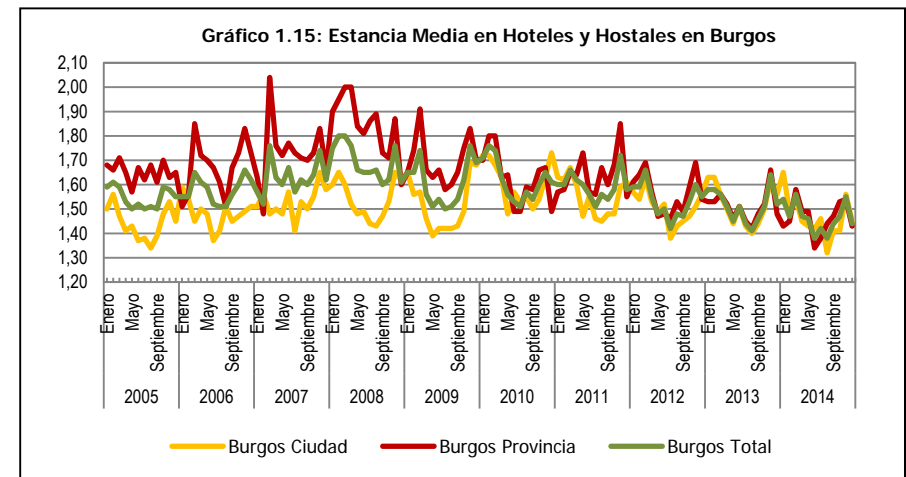
En relación al **Grado de Ocupación por Habitaciones** (gráfico 1.13) observamos que tanto en Castilla y León como en Burgos, desde el año 2000 presentan valores en torno al 42% de ocupación, porcentaje que tiende a disminuir desde 2008, situándose en valores próximos al 33% y que entre 2012 y 2014 se incrementa al igual que en el resto de ciudades consideradas (gráfico 1.14). A nivel nacional se observa una ocupación superior al 60% en el año 2000, con una tendencia decreciente hasta el año 2009, y un progresivo crecimiento hasta el año 2014, situándose en torno al 58% en el último año.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



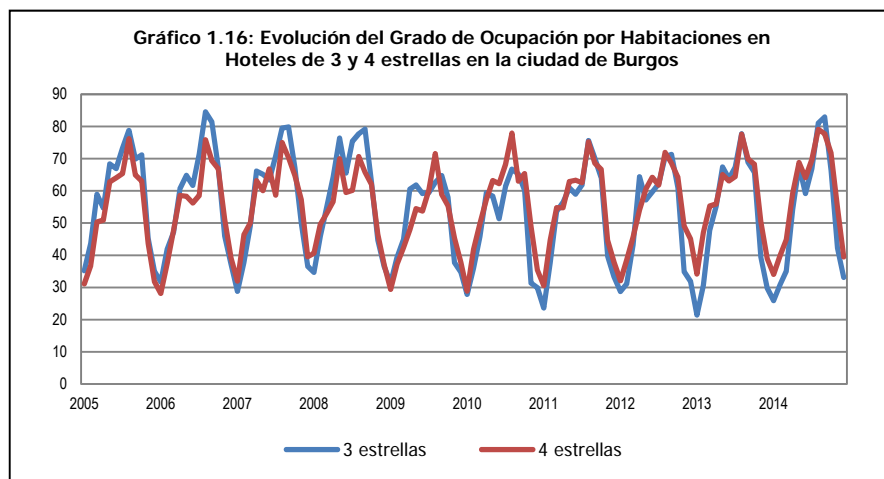
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

La evolución de la **estancia media en Burgos ciudad** presenta una fuerte estacionalidad, aspecto que no es tan destacado en la provincia.

A continuación se presenta la evolución del Grado de Ocupación por Habitaciones en siete hoteles de 3 estrellas y nueve de 4 estrellas en la ciudad de Burgos.



Fuente: Federación Provincial de Hostelería de Burgos y elaboración propia.

**Tabla 1.14: Grado de Ocupación por Habitaciones y Categoría de Hotel. Ciudad de Burgos (Comparación)**

	Hoteles	
	3***	4****
2005	58,44	53,44
2013	52,96	57,52
2014	53,77	58,61
Variación 2013-2014	1,53%,	1,89%

Fuente: Federación Provincial de Hostelería de Burgos y elaboración propia.

**Tabla 1.15: Variación del Grado de Ocupación por Habitaciones y Categoría de Hotel. (Ciudad de Burgos 2012-2014)**

Hoteles 3***	2012	2013	2014	Variación 2013-2014
Enero	28,72	21,42	25,92	21,01%
Febrero	31,13	30,64	30,83	0,62%
Marzo	43,24	47,85	35,05	-26,75%
Abril	64,41	55,25	54,15	-1,99%
Mayo	57,17	67,45	67,75	0,44%
Junio	59,69	63,84	59,15	-7,35%
Julio	62,18	67,36	66,91	-0,67%
Agosto	70,62	77,73	81,05	4,27%
Septiembre	71,29	68,94	82,92	20,28%
Octubre	60,98	65,79	66,28	0,74%
Noviembre	34,92	39,43	42,14	6,87%
Diciembre	31,86	29,79	33,09	11,08%

Fuente: Federación Provincial de Hostelería de Burgos y elaboración propia.

**Tabla 1.16: Variación del Grado de Ocupación por Habitaciones y Categoría de Hotel. (Ciudad de Burgos 2012-2014)**

Hoteles 4****	2012	2013	2014	Variación 2013-2014
Enero	32,09	34,18	34,07	-0,32%
Febrero	38,46	47,03	39,82	-15,33%
Marzo	45,65	55,31	44,84	-18,93%
Abril	54,03	55,94	59,26	5,93%
Mayo	60,54	65,05	68,82	5,80%
Junio	64,19	63,11	64,08	1,54%
Julio	61,79	64,43	69,64	8,09%
Agosto	71,94	77,57	79,09	1,96%
Septiembre	68,58	69,91	77,70	11,14%
Octubre	64,21	68,28	71,65	4,94%
Noviembre	49,07	50,53	54,89	8,63%
Diciembre	45,05	38,94	39,50	1,44%

Fuente: Federación Provincial de Hostelería de Burgos y elaboración propia.



El grado de ocupación en la ciudad de Burgos en el ejercicio 2014 en términos globales ha sido mayor en 2014 tanto en hoteles de tres estrellas como de cuatro (1,53% y 1,89%, respectivamente). Un análisis más detallado (tablas 1.15 y 1.16) nos permite comprobar la existencia de una fuerte estacionalidad de la misma. La variación entre 2013 y 2014 es mayor en los hoteles de cuatro estrellas que en los de tres.

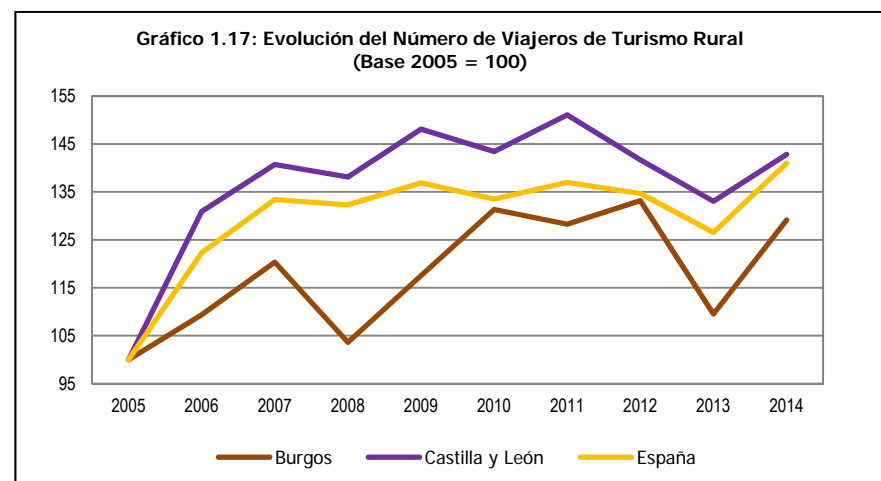
### 1.2.2. Alojamientos de Turismo Rural

A continuación se presentan los principales resultados relacionados con los viajeros y pernoctaciones en los alojamientos de turismo rural, que en el caso de Burgos sólo se encuentran en la provincia.

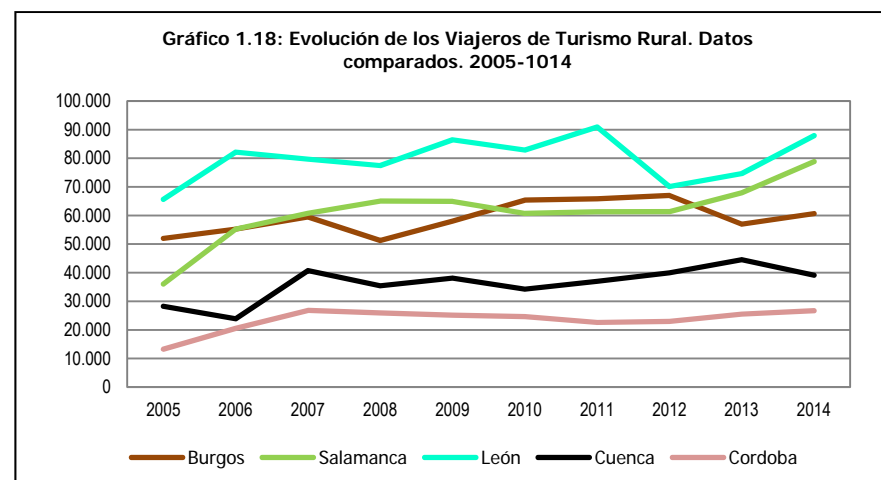
La evolución del **número de viajeros y pernoctaciones en turismo rural** durante el periodo 2008-2014 mantuvo una tendencia creciente en Burgos y aumenta considerablemente en el año 2014 respecto al 2013 (17,91%) en el número de viajeros (un crecimiento superior al de Castilla y León con un 7,38% y al del conjunto nacional con un 11,40%%). También se produce un aumento del número de pernoctaciones en Burgos, Castilla y León y España (15,70%, 8,56% y 10,60%, respectivamente).

	Viajeros			Pernoctaciones		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
2005	55.573	413.962	1.982.901	134.936	1.010.761	6.306.330
2013	60.858	550.666	2.509.509	134.468	1.237.830	6.938.029
2014	71.756	591.282	2.795.630	155.577	1.343.790	7.673.273
Variación 2013-2014	17,91%	7,38%	11,40%	15,70%	8,56%	10,60%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

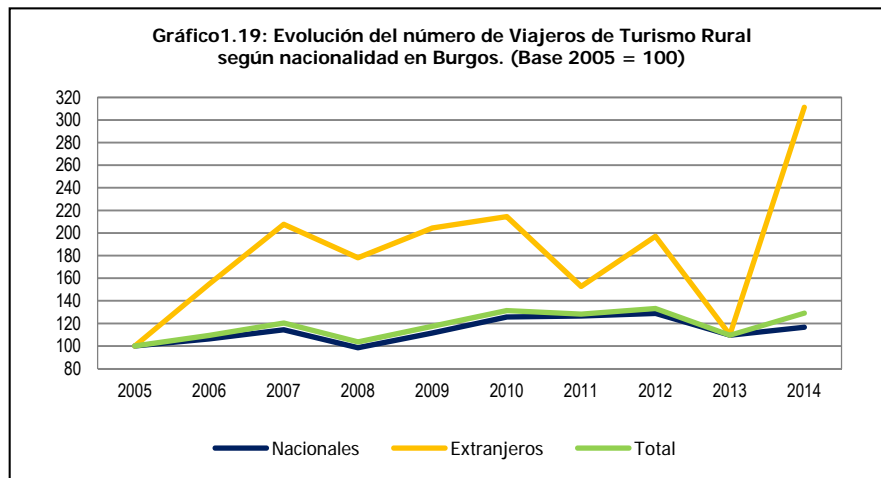


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

**Tabla 1.18: Evolución del número de Viajeros de Turismo Rural según nacionalidad. 2005-2014. Comparación**

	BURGOS			CASTILLA y LEÓN			ESPAÑA		
	Nac.	Extr..	Total	Nac.	Extr..	Total	Nac.	Extr..	Total
2005	52.010	3.563	55.573	396.085	17.874	413.962	1.770.404	212.499	1.982.901
2013	56.942	3.916	60.858	515.060	35.604	550.666	2.109.477	400.033	2.509.509
2014	60.665	11.091	71.756	547.230	44.051	591.282	2.334.425	461.204	2.795.630
Variación 13-14	6,54%	183,22%	17,91%	6,25%	23,72%	7,38%	10,66%	15,29%	11,40%

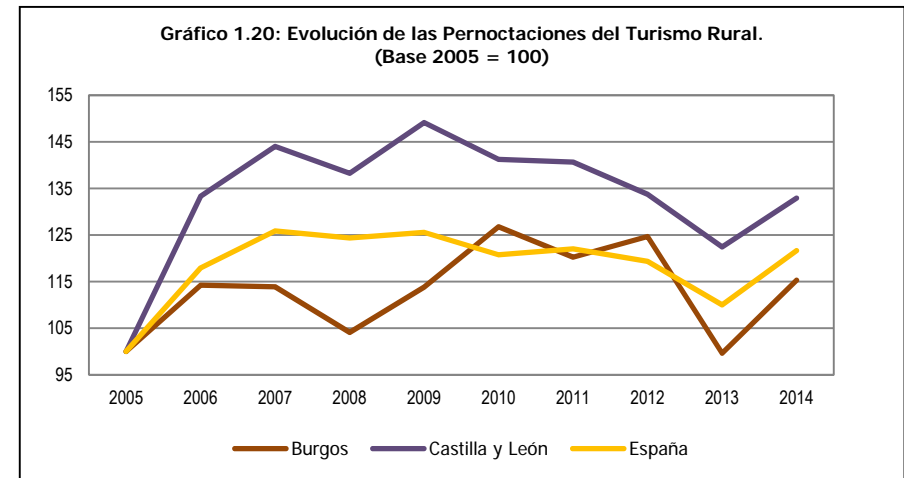
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



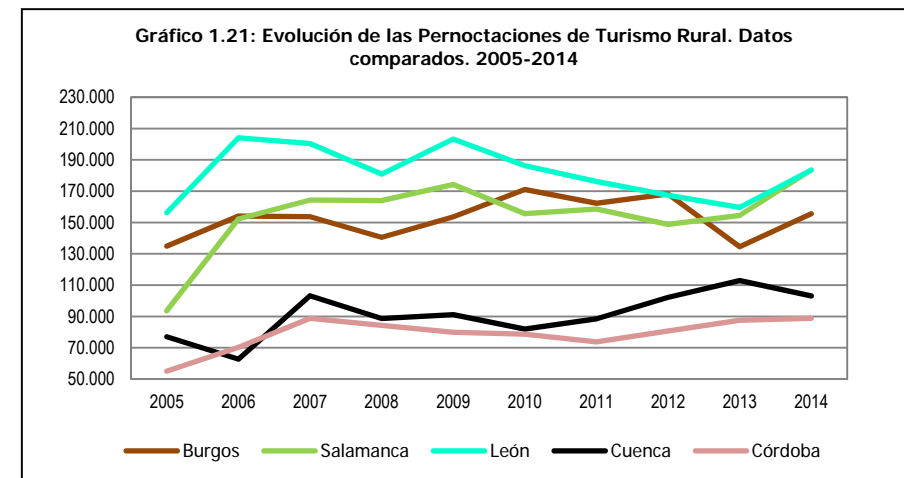
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

El aumento en el número de viajeros en turismo rural, se ha producido tanto en los viajeros de procedencia nacional como extranjeros al igual que lo que

ha ocurrido en Castilla y León y el conjunto nacional. Destacar el importante incremento de turistas extranjeros en Burgos con un incremento del 183,22%.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

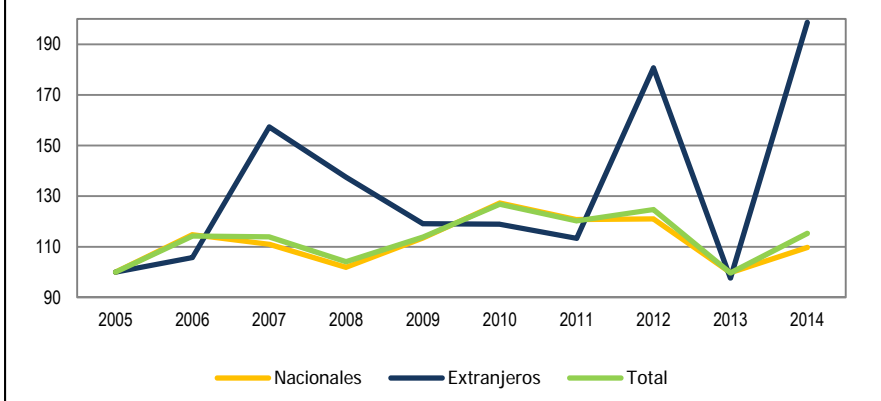
**Tabla 1.19: Evolución del número de Pernoctaciones de Turismo Rural según nacionalidad. 2005-2014. Comparación**

	BURGOS			CASTILLA y LEÓN			ESPAÑA		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
2005	126.518	8.418	134.936	962.545	48.216	1.010.761	5.088.608	1.217.717	6.306.330
2013	126.248	8.220	134.468	1.163.410	74.422	1.237.830	5.228.255	1.709.775	6.938.029
2014	138.853	16.724	155.577	1.249.664	94.128	1.343.790	5.763.466	1.909.807	7.673.273
Variación 13-14	9,98%	103,45%	15,70%	7,41%	26,48%	8,56%	10,24%	11,70%	10,60%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

La evolución de las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural han aumentado de forma considerable a lo largo del año 2014 (15,70%). Este aumento es más destacable en los viajeros extranjeros (103,45%) y además supera a los incrementos de pernoctaciones a nivel nacional y de Castilla y León (10,60% y 8,56%, respectivamente).

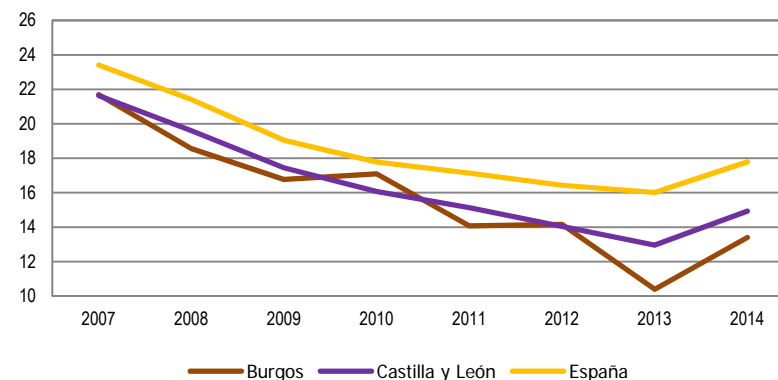
**Gráfico 1.22: Evolución del Número de Pernoctaciones de Turismo Rural según nacionalidad en Burgos. (Base: 2005 = 100)**



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

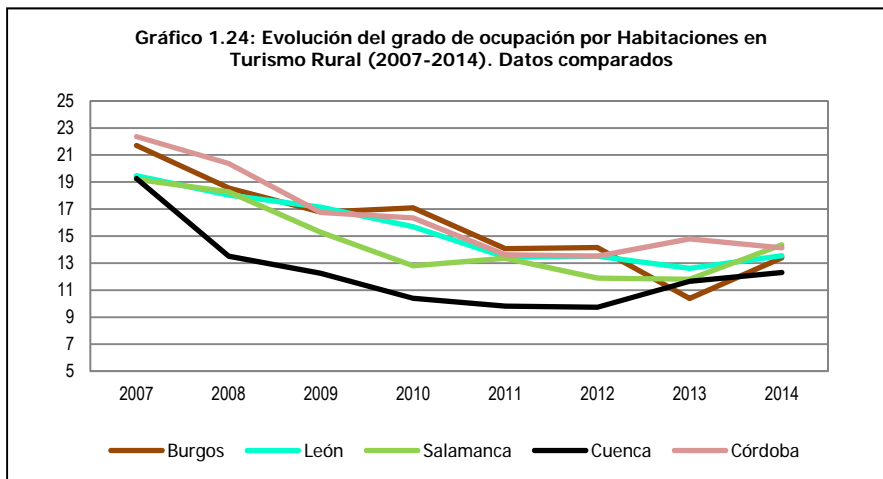
En relación al grado de ocupación de habitaciones en turismo rural observamos que en la actualidad se sitúa a niveles inferiores al año 2007, pero con un notable aumento de la ocupación en el último año tanto en Burgos como en Castilla y León y España. Si tenemos en cuenta las provincias de referencia, también observamos un leve incremento, y todas ellas se sitúan en términos absolutos entre 12 y 15 en el grado de ocupación de habitaciones en turismo rural (gráficos 1.23 y 1.24).

**Gráfico 1.23: Evolución del grado de ocupación por Habitaciones en Turismo Rural (2007-2014)**

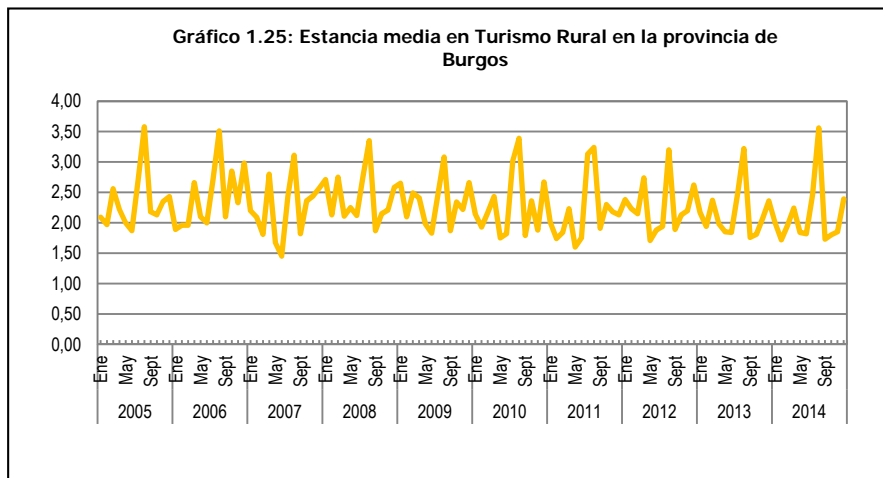


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.





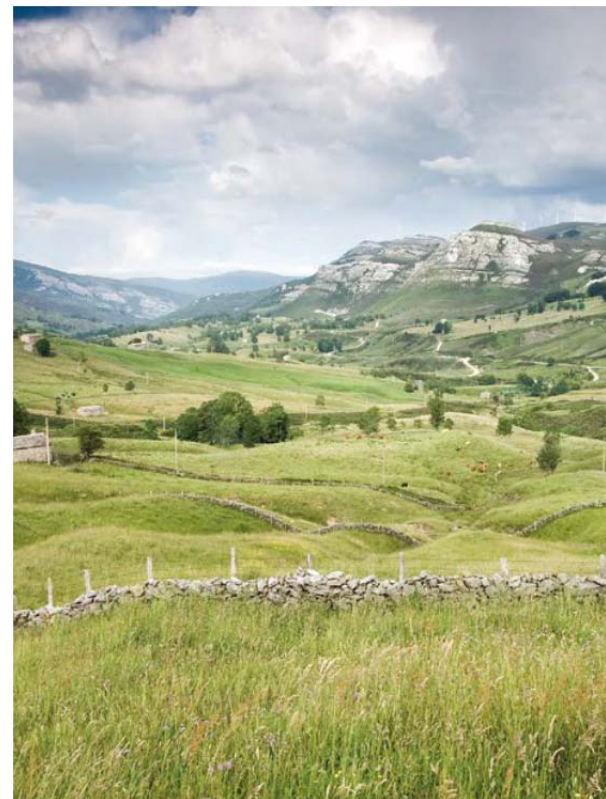
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

Un aspecto a destacar en el Turismo Rural es su carácter estacional. Como podemos observar en el gráfico 1.24, en el año 2014 se produce una recuperación en el grado de ocupación de habitaciones en Turismo Rural, tras la caída que se produjo en el año 2013. Burgos presenta la mejor variación de las provincias observadas, con un crecimiento del 28,96% y Córdoba la menor, con una disminución de 4,48% en 2014 respecto al año 2013.

La estancia media del año 2014 en establecimientos de Turismo Rural en Burgos se sitúa en 2,11 un 1,86% menor que la estancia media del 2013 (gráfico 1.25).





### 1.2.3. Evolución del número de viajeros y pernoctaciones por provincias

**Tabla 1.20: Viajeros en Burgos, Salamanca, León, Cuenca y Córdoba. Datos comparados. 2005-2014**

Año	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	708.397	333.251	375.146	833.461	554.007	279.454	671.619	318.968	352.651	340.267	209.196	131.071	919.616	731.023	188.593
2013	717.084	393.929	323.155	877.557	615.532	262.025	682.429	371.751	310.678	266.037	176.426	89.611	988.791	824.098	164.693
2014	762.750	406.741	356.039	856.698	587.688	269.010	709.537	398.297	311.240	254.115	170.254	83.861	1.066.875	847.524	219.351
Variación 2013-2014	6,37%	3,25%	10,18%	-2,38%	-4,52%	2,67%	3,97%	7,14%	0,18%	-4,48%	-3,50%	-6,42%	7,90%	2,84%	33,19%

**Tabla 1.21: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León, Cuenca y Córdoba. Datos comparados. 2005-2014**

Año	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	1.088.142	474.603	613.542	1.534.974	922.573	612.401	1.090.099	436.264	653.835	576.129	305.380	270.749	1.431.409	1.110.476	320.933
2013	1.071.302	587.898	483.404	1.519.290	953.502	565.788	1.116.989	498.730	618.259	427.136	237.717	189.419	1.591.338	1.291.003	300.335
2014	1.103.868	586.096	517.772	1.530.317	969.609	560.708	1.109.040	521.304	587.736	421.323	246.008	251.069	1.695.958	1.313.745	382.213
Variación 2013-2014	3,04%	-0,31%	7,11%	0,73%	1,69%	-0,90%	-0,71%	4,53%	-4,94%	-1,36%	3,49%	32,55%	6,57%	1,76%	27,26%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

A la vista de los datos contenidos en las tablas anteriores se constata que el crecimiento en el número de viajeros y pernoctaciones registrados en establecimientos hoteleros en la ciudad de Burgos, ha sido superior al experimentado en todas las ciudades de referencia excepto Córdoba.

Por otro lado destacar el incremento en relación con los viajeros y pernoctaciones en la provincia (10,18% y 7,11%, respectivamente).

# 2 EMPLEO

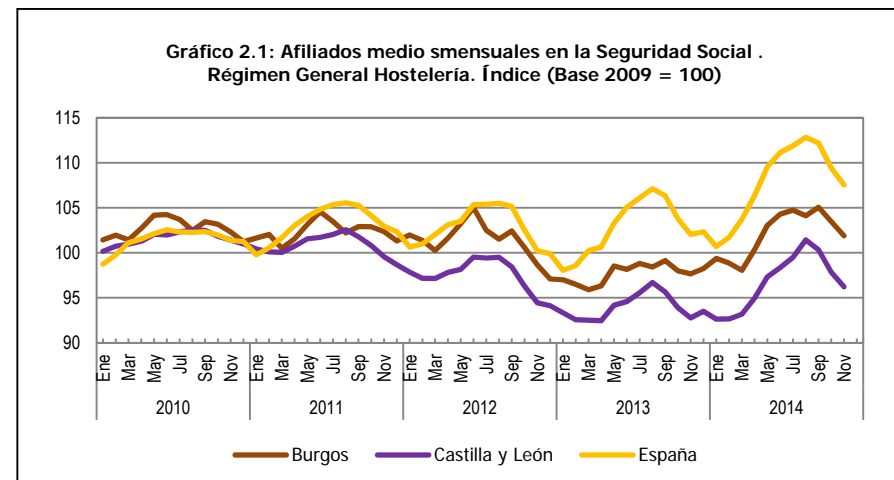


## 2.-Empleo en Hostelería en Burgos

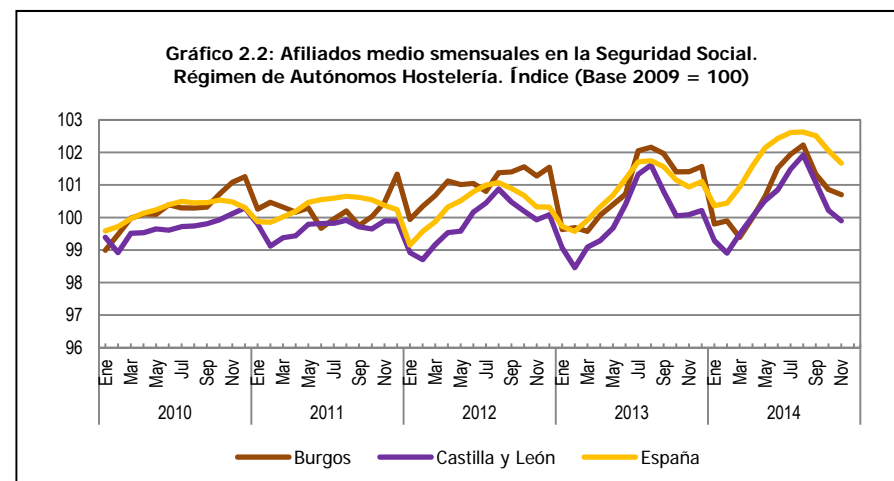
Completamos el análisis del sector de Hostelería con los datos de empleo en dicho sector, utilizando para ello el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos. La metodología utilizada consiste en el cálculo de números índices con base en los mismos meses de 2009 donde se estableció la nueva codificación CNAE para facilitar la comparación con lo ocurrido en el Sector, en Castilla y León y en el territorio nacional.

Las tasas de afiliación en el sector **hostelería en el Régimen General** han aumentado en el 2014, situándose en Burgos en 6.877 afiliados en Diciembre 2014, cifra superior a los datos de 2009 -6.697 Diciembre 2009-, mientras que el conjunto nacional presenta los mayores datos de afiliación de los últimos 5 años. La situación en Castilla y León es algo peor, ya que la media de afiliación del último año ha aumentado pero no llega a superar los datos de 2009 (gráfico 2.1).

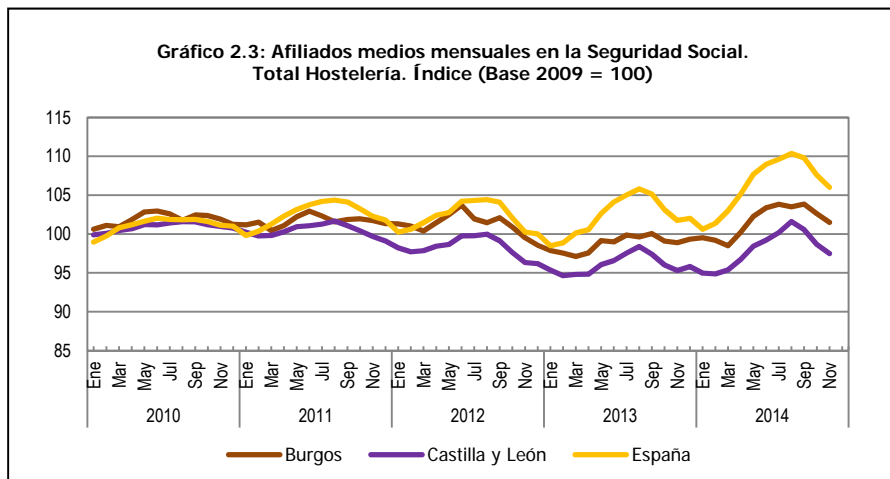
Si tenemos en cuenta el **R.E.T. Autónomos de hostelería**, podemos observar que en Burgos (3.252 Diciembre 2014) los resultados son peores que España y mejores que en Castilla y León para los últimos 8 meses de 2014 (gráfico 2.2).



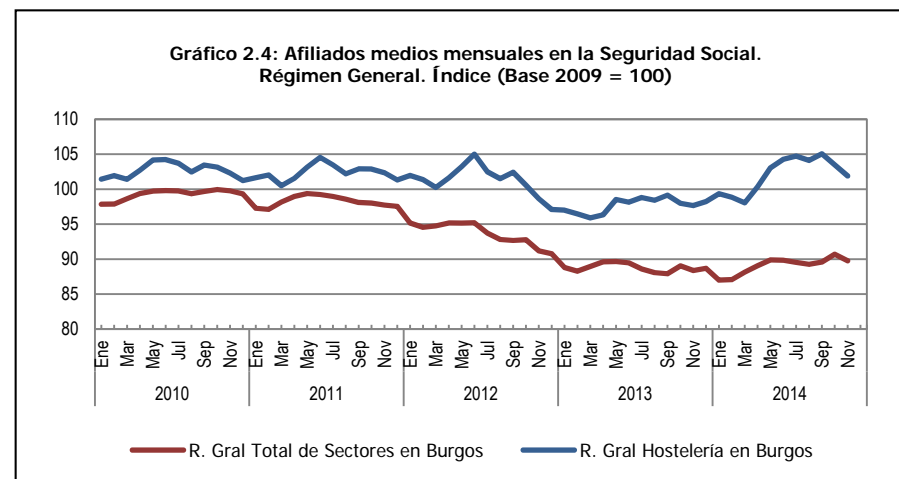
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



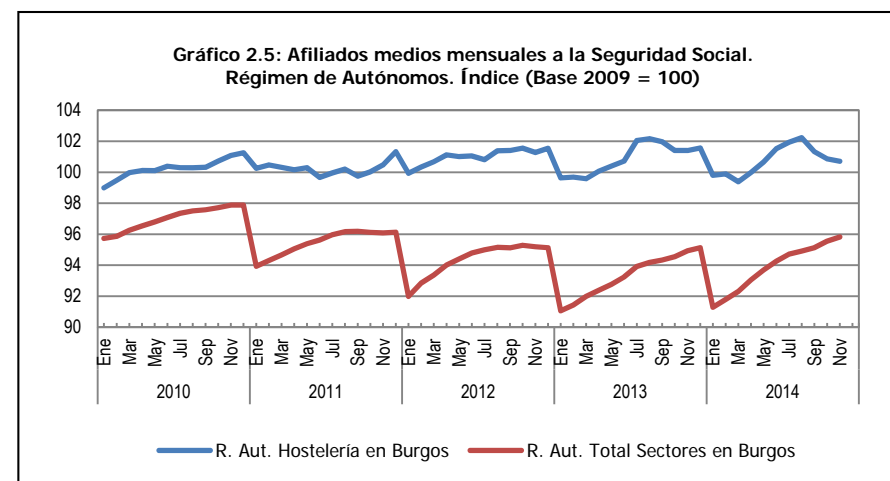
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



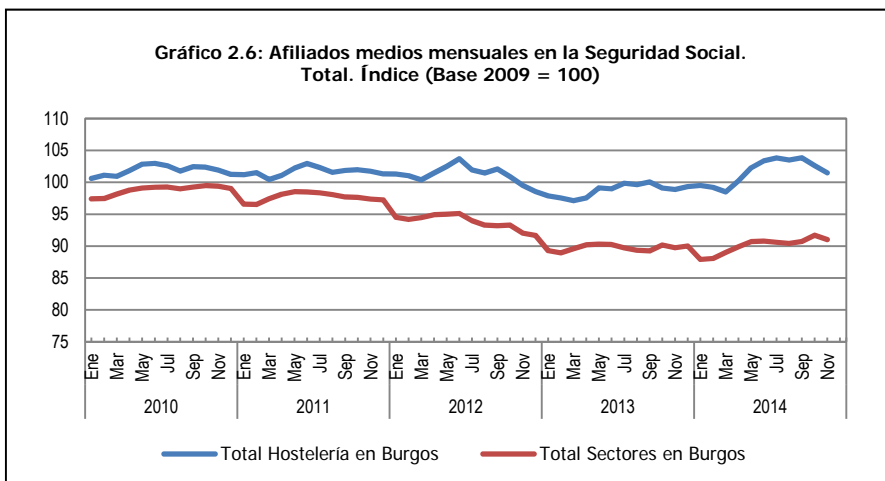
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

A continuación se presenta la información relacionada con la **afiliación en el sector de hostelería en Burgos** comparada con el total de afiliados del sistema de Seguridad Social en Burgos (que incluye todos los sectores) diferenciados por régimen de afiliación.

Los gráficos 2.4, 2.5 y 2.6 nos permiten detectar que el sector de la Hostelería en Burgos sigue siendo uno de los motores dinamizadores de la actividad económica, situándose las tasas de afiliación por encima de los obtenidos, en comparación, con el total de sectores de la economía burgalesa, tanto en el Régimen General como en el R.E.T. Autónomos. No obstante, estos datos aún se encuentran por debajo de los del año 2009 en el Régimen General, pero no para el Especial de Trabajadores Autónomos como se ha comentado anteriormente.

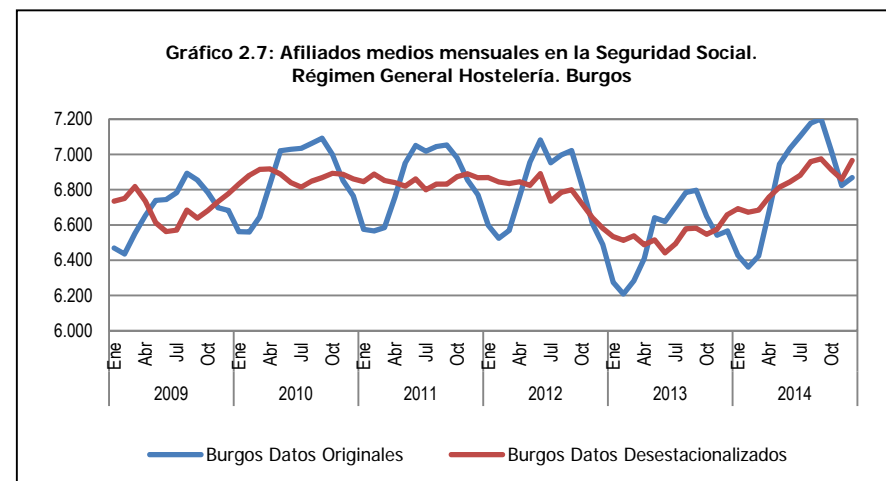


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

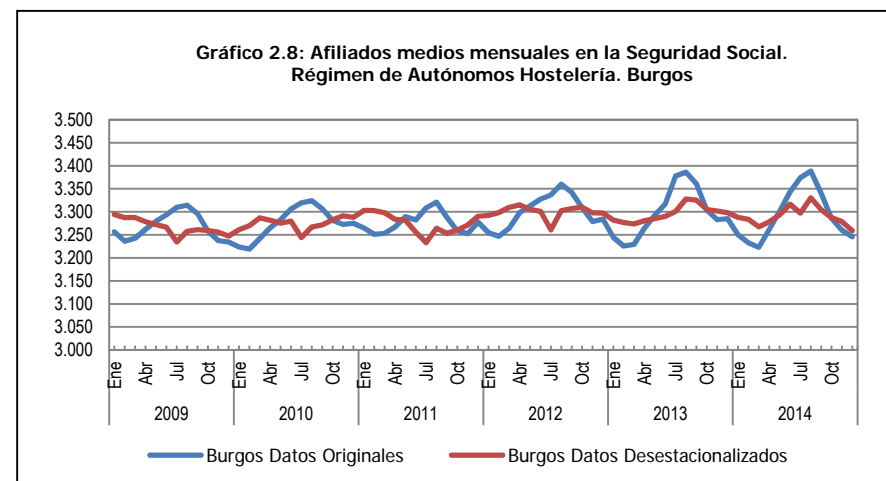


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

Al ser la Hostelería un sector fuertemente influenciado por la estacionalidad, presentamos los datos de afiliación eliminando la componente estacional en las series analizadas. Se puede observar una mayor incidencia de la estacionalidad en la afiliación al **Régimen General** mientras que los valores desestacionalizados se han mantenido estables en el periodo que comprende desde enero de 2010 a mayo de 2012, presentando un fuerte descenso a partir de septiembre de 2012. En el año 2013, se observa una leve recuperación que conseguirá en el año 2014 los mayores valores alcanzados en los últimos seis años de referencia (gráficos 2.7, 2.8 y 2.9).

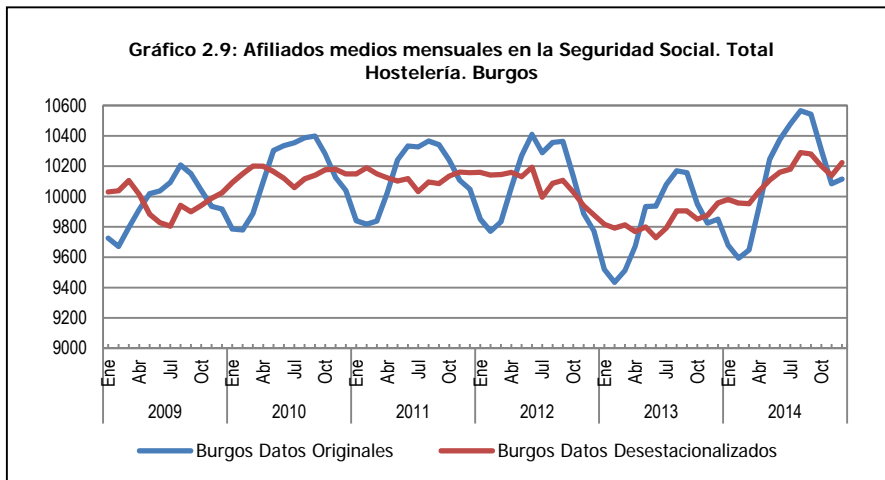


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.





Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

Los datos de las tablas siguientes, muestran el buen comportamiento que está teniendo el sector de la Hostelería en el conjunto nacional, sobre todo en el Régimen General, con un incremento del 5,37% al final de 2014 respecto a diciembre del 2013; en Burgos este incremento también se ha producido con un 4,61% en el mismo período (tabla 2.1). Si comparamos los datos de afiliación en hostelería (tabla 2.1) con los datos de afiliación en todos los sectores (tabla 2.2), vemos que el crecimiento en hostelería ha sido mayor tanto en Burgos como en Castilla y León y España en el Régimen General, no así en el régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

Las tablas 2.3 y 2.4 presentan la evolución de los afiliados en alta laboral el último día de cada mes del año 2013 y 2014 en las actividades concretas de Alojamientos (código 55) y Servicios de Comidas y Bebidas (código 56) del CNAE, observándose tasas de variación positivas para todos los meses de 2014 respecto a los mismos meses del año 2013.





**Tabla 2.1: Número medio mensual de Afiliados a la Seguridad Social en Hostelería (I). Datos comparados**  
(Diciembre 2010 – Diciembre 2014)

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total Hostelería		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2010	6.765,26	44.459,74	903.354,04	3.274,94	23.219,68	319.208,30	10.040,20	67.679,42	1.222.562,34
Diciembre 2011	6.771,20	43.442,90	913.220,70	3.277,40	23.126,50	319.004,75	10.048,60	66.569,40	1.232.225,45
Diciembre 2012	6.488,76	41.436,23	891.405,29	3.284,23	23.172,52	319.255,47	9.772,99	64.608,75	1.210.660,76
Diciembre 2013	6.565,77	41.158,88	913.182,66	3.285,05	23.201,22	321.761,00	9.850,82	64.360,10	1.234.943,66
Diciembre 2014	6.868,52	42.655,52	962.265,84	3.246,00	23.114,73	323.650,94	10.114,52	65.770,25	1.285.916,78
Variación 13-14	4,61%	3,64%	5,37%	-1,19%	-0,37%	0,59%	2,68%	2,19%	4,13%

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.2: Número medio mensual de Afiliados a la Seguridad Social todos los Sectores. Datos comparados**  
(Diciembre 2010 – Diciembre 2014)

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2010	114.477,21	680.699,68	13.273.267,00	29.447,31	207.357,99	3.104.247,73	143.924,52	888.057,67	16.377.514,73
Diciembre 2011	112.408,30	667.180,15	12.929.822,45	28.922,15	205.250,15	3.071.668,85	141.330,45	872.430,30	16.001.491,30
Diciembre 2012	104.607,47	614.783,41	12.120.442,47	28.619,47	201.739,17	3.024.651,99	133.226,94	816.522,58	15.145.094,46
Diciembre 2013	102.206,11	602.800,11	12.029.632,83	28.619,44	201.025,05	3.050.340,61	130.825,55	803.825,16	15.079.973,44
Diciembre 2014	103.526,42	613.936,31	12.366.110,10	28.816,73	202.676,84	3.125.806,20	132.343,15	816.613,15	15.491.916,30
Variación 13-14	1,29%	1,85%	2,80%	0,69%	0,82%	2,47%	1,16%	1,59%	2,73%

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.3: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2013***(Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )*

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.146	1.151	1.236	1.255	1.336	1.377	1.405	1.455	1.371	1.247	1.243	1.199
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.030	5.019	5.139	5.153	5.275	5.283	5.196	5.299	5.326	5.267	5.321	5.383
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	301	299	309	310	317	325	332	334	332	319	317	314
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.920	2.919	2.937	2.960	2.985	3.009	3.056	3.050	3.014	2.981	2.968	2.977
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.447	1.450	1.545	1.565	1.653	1.702	1.737	1.789	1.703	1.566	1.560	1.513
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	7.950	7.938	8.076	8.113	8.260	8.292	8.252	8.349	8.340	8.248	8.289	8.360
Total Hostelería		9.397	9.388	9.621	9.678	9.913	9.994	9.989	10.138	10.043	9.814	9.849	9.873

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.4: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2014***(Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )*

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.161	1.168	1.225	1.317	1.403	1.463	1.473	1.503	1.371	1.392	1.242	1.204
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.200	5.166	5.248	5.399	5.553	5.728	5.541	5.648	5.664	5.569	5.573	5.673
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	300	295	300	313	317	318	325	319	318	315	308	305
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.941	2.932	2.925	2.971	2.999	3.039	3.064	3.073	3.000	2.965	2.951	2.947
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.461	1.463	1.525	1.630	1.720	1.781	1.798	1.822	1.689	1.707	1.550	1.509
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	8.141	8.098	8.173	8.370	8.552	8.767	8.605	8.721	8.664	8.534	8.524	8.620
Total Hostelería		9.602	9.561	9.698	10.000	10.272	10.548	10.403	10.543	10.353	10.241	10.074	10.129
Variación 2014 sobre el mismo mes de 2013		2,18%	1,84%	0,80%	3,33%	3,62%	5,54%	4,14%	3,99%	3,09%	4,35%	2,28%	2,59%

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

# 3 VISITANTES



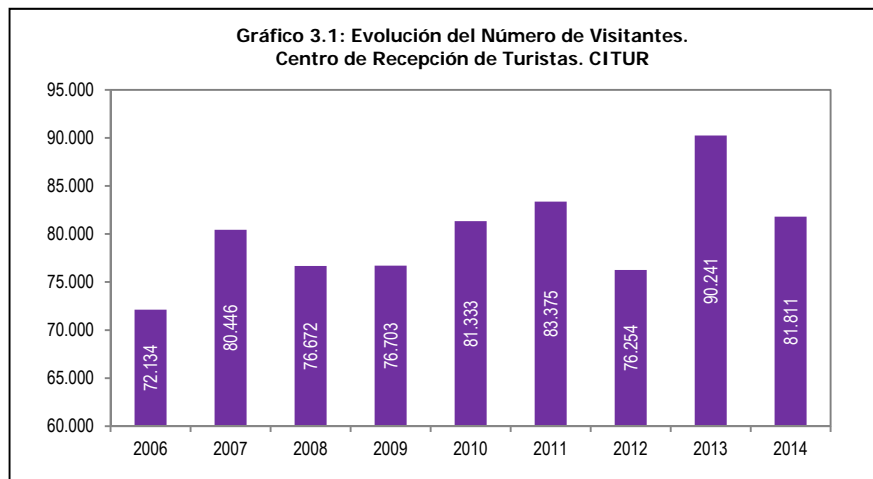
### 3. Visitantes en puntos de referencia

En este apartado recogemos información cuantitativa correspondiente al número de visitantes en determinados puntos de referencia (Oficinas de Turismo, Monumentos, Museos, etc...) de aquellos años que se dispone de información tanto de la ciudad como de la provincia.

#### 3.1 Visitantes en Burgos Ciudad

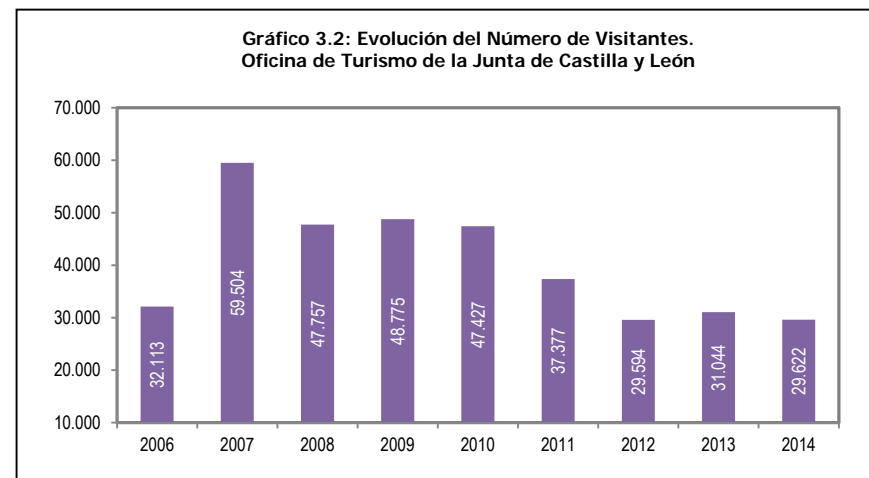
##### 3.1.1 Oficinas de Turismo

El número de visitantes a la **Oficina de Turismo Municipal de Burgos** (gráfico 3.1) ha experimentado en este último año una ligera disminución respecto al año anterior (-9,34%). Desde el 2007 hasta el 2012, el número de visitantes se ha mantenido en torno a 80.000 visitantes por año, tendencia que fue superada en 2013 con más de 90.000 visitantes, y que, finalmente, en 2014 se situó en **81.811**.



Fuente: Centro de Recepción de Turistas. CITUR y elaboración propia.

En la **Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León**, podemos observar que el número de visitantes ha disminuido desde el 2011. En los 3 últimos años la cifra es más estable en torno a las 30.000 visitas. En 2014 se recibieron a **29.622** visitantes, un 4,58% menos que en el 2013.



Fuente: Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León y elaboración propia.

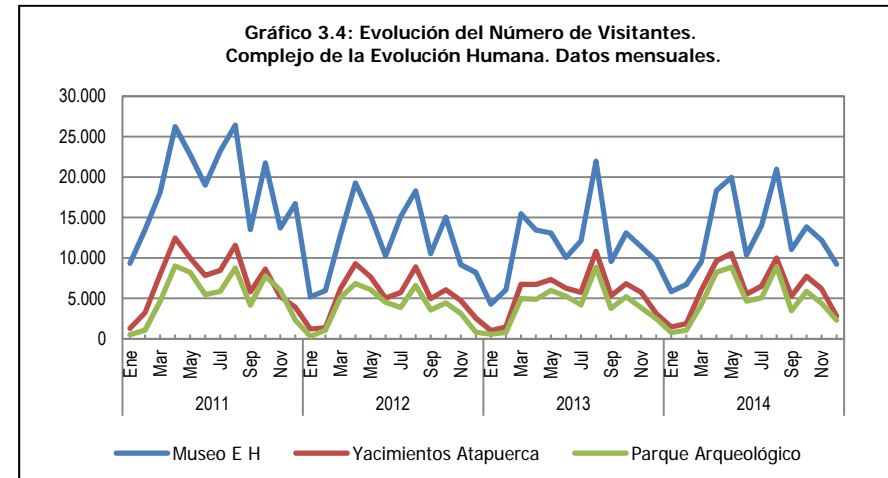
##### 3.1.2 Puntos de Interés

En el gráfico 3.3 comparando el número de visitas en los 4 últimos años en el **Museo de la Evolución Humana**, los **Yacimientos de la Sierra de Atapuerca** y el **Parque Arqueológico**, podemos ver como el año 2011 es el Museo de la Evolución Humana el que más visitas ha tenido, esto pudo ser debido a que su apertura tuvo lugar en Julio de 2010. En 2012, 2013 y 2014 el número de visitas es inferior al primer año, aunque estas cifras se mantienen estables. El total de visitas del **Museo de la Evolución** en 2014 fueron **151.941**, un 8,49% más que en el año anterior.

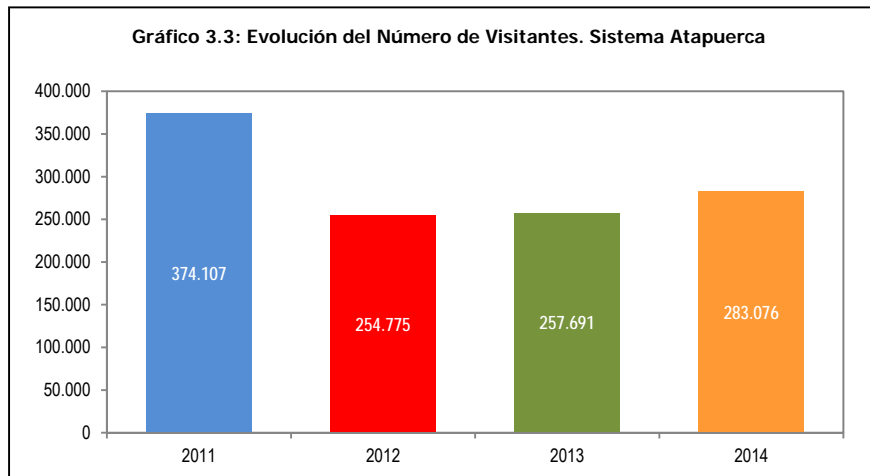
En cuanto a los **Yacimientos de la Sierra de Atapuerca**, 2011 fue el año en que más visitas recibieron, cifra que disminuyó durante los dos años siguientes, pero que en el año 2014 ha aumentado, situándose en **73.425** los visitantes a los Yacimientos.

Por último, las visitas al **Parque Arqueológico**, fueron más en el año 2011 que en los dos años siguientes, tendencia que cambia en el 2014 con **57.710** visitas, un 13,94% más que en el año 2013.

Finalmente, el **Sistema Atapuerca**, integrado por el **Museo de la Evolución Humana, los Yacimientos de Atapuerca y el Parque Arqueológico**, ha contado con 374.107 visitantes en el año 2011, 254.775 en el año 2012, 257.691 en 2013 y 283.076 en 2014, lo que supone un incremento del 9,85% en el último año. En estos datos no se han incluido las personas participantes en las diferentes actividades organizadas en el Museo de la Evolución Humana.



Fuente: Museo de la Evolución Humana. MEH y elaboración propia.

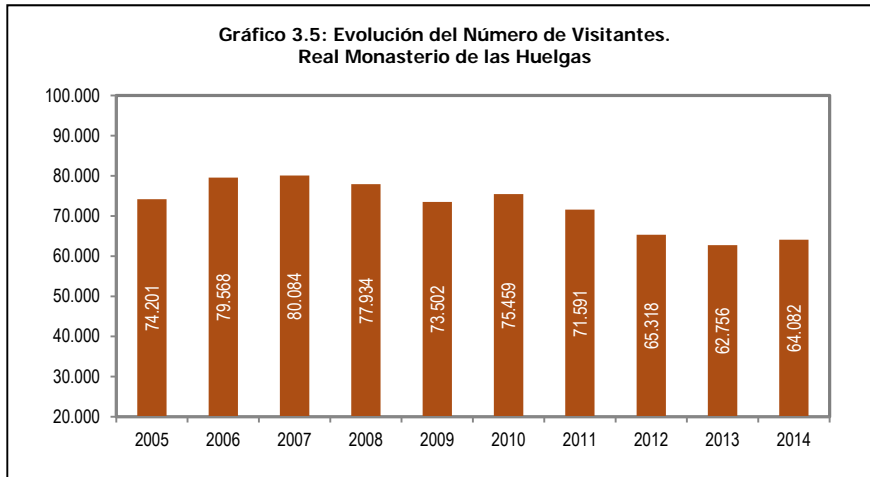


Fuente: Museo de la Evolución Humana. MEH y elaboración propia.





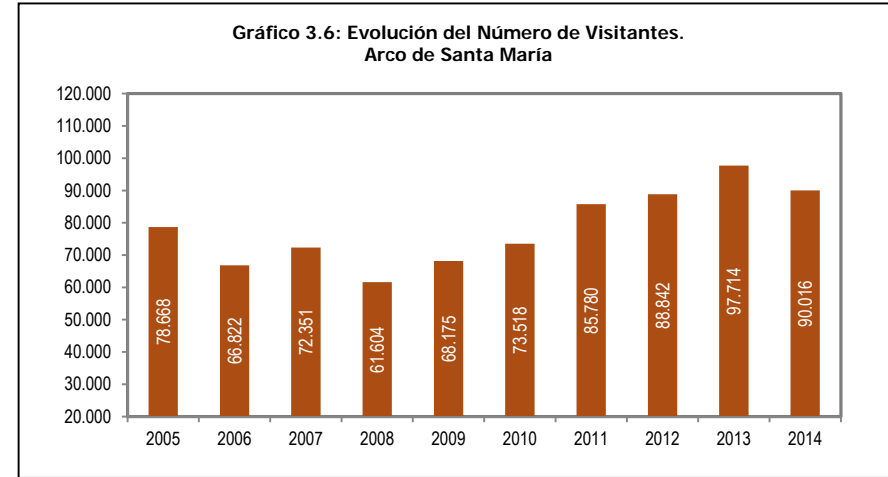
El número de visitantes que acuden al **Real Monasterio de las Huelgas**, ha experimentado leves variaciones desde el 2005. El año de menos afluencia fue el 2013, con un 21,64% menos de visitantes que en el 2007, año de mayor afluencia. En 2014 se experimentó un incremento del 2,11% respecto al año anterior, con un total de **64.082** visitas.



Fuente: Real Monasterio de las Huelgas, Patrimonio Nacional y elaboración propia.



El número de visitantes al **Arco de Santa María**, de 2005 a 2008, fue disminuyendo progresivamente; pero a partir de este año, el número de visitas fue aumentando año tras año. El crecimiento experimentado en los últimos años llevó a que en 2013 se produjera el mayor número de visitas, 97.714, un 7,87% más que en el año 2014 en el que hubo **90.016**.

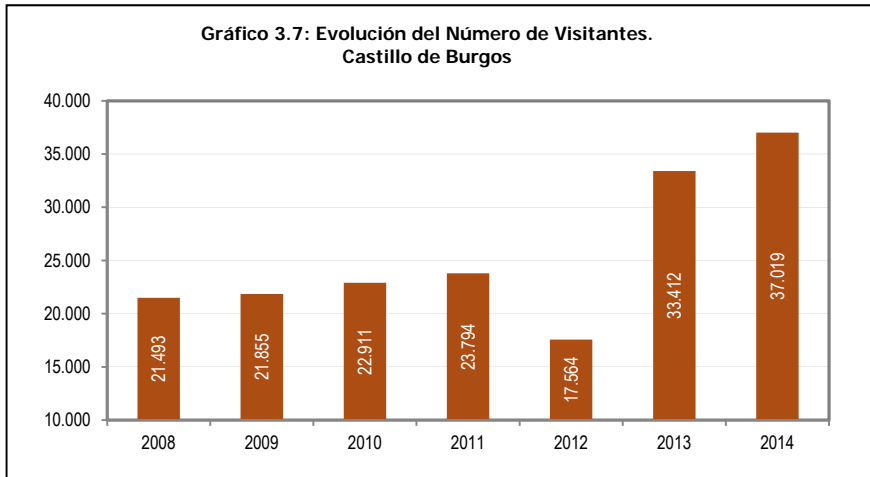


Fuente: Instituto Municipal de Cultura. IMC y elaboración propia.





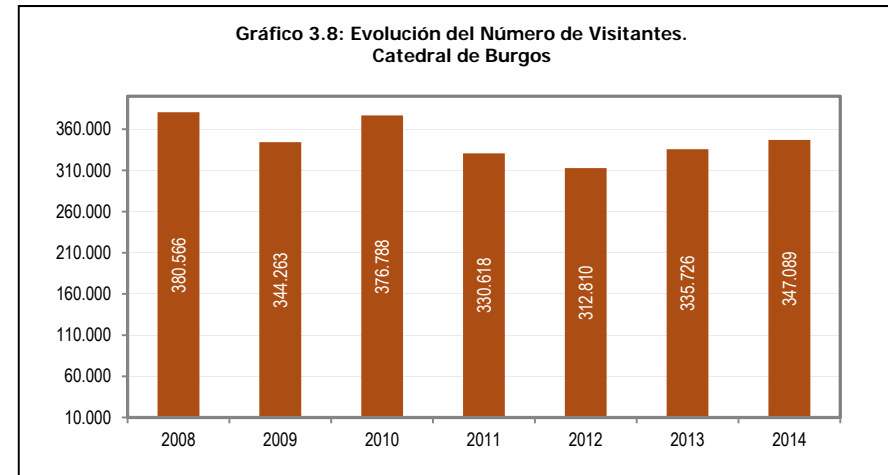
Las visitas que recibió el **Castillo de Burgos** desde 2008 hasta 2011 permanecieron constantes, tendencia que cambió en 2012 con un importante decrecimiento. En cambio, los años 2013 y 2014 han sido muy positivos, con un notable crecimiento del número de visitantes al alcanzar las **37.019** visitas, produciendo un crecimiento en 2014 respecto al 2008 de 72,24%.



Fuente: Centro de Recepción de Turistas. CITUR y elaboración propia.



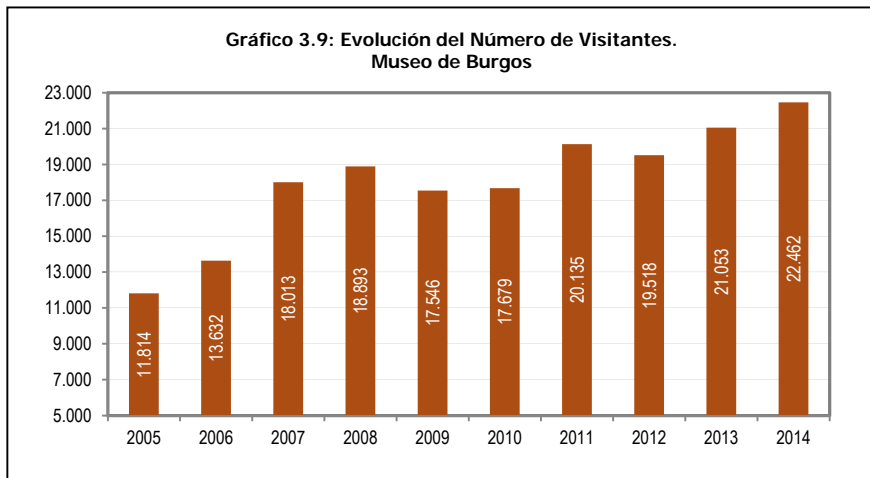
En el gráfico 3.8 observamos como el número de visitantes a la **Catedral** ha presentado pequeñas variaciones en los 7 últimos años. El año de mayor disminución fue el 2009, con un 9,54% menos de visitantes que el año anterior. Esta situación mejora en el año 2010 con un crecimiento de 9,45. Las variaciones de años posteriores son menos significativas. En 2014 el número de visitantes fue **347.089**, lo que supuso un incremento del 3,38% respecto al 2013. De manera global, comparando el último año con el 2008, el número de visitantes se ha visto disminuido un 8,79%. Aun así, la Catedral es el monumento más visitado de la ciudad y provincia, sigue siendo el referente para el turismo en Burgos.



Fuente: Cabildo Catedral y elaboración propia.



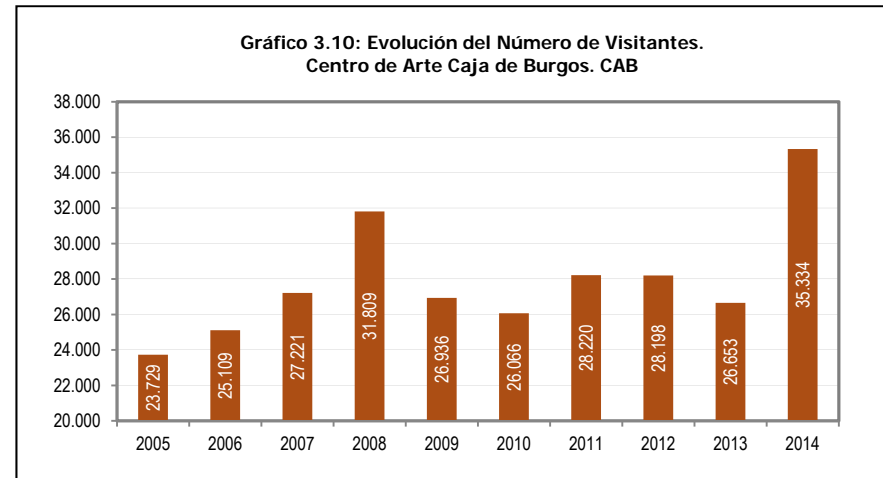
El número de visitantes al **Museo de Burgos**, ha aumentado constantemente a lo largo de los 10 últimos años. En 2007 se produjo el mayor aumento, con un 32,14% más de visitantes que el año anterior. El último año han sido **22.462** las visitas al museo, cifra que supone un crecimiento de 6,69% respecto al 2013 y un 90,13% respecto al 2005.



Fuente: Museo de Burgos y elaboración propia.



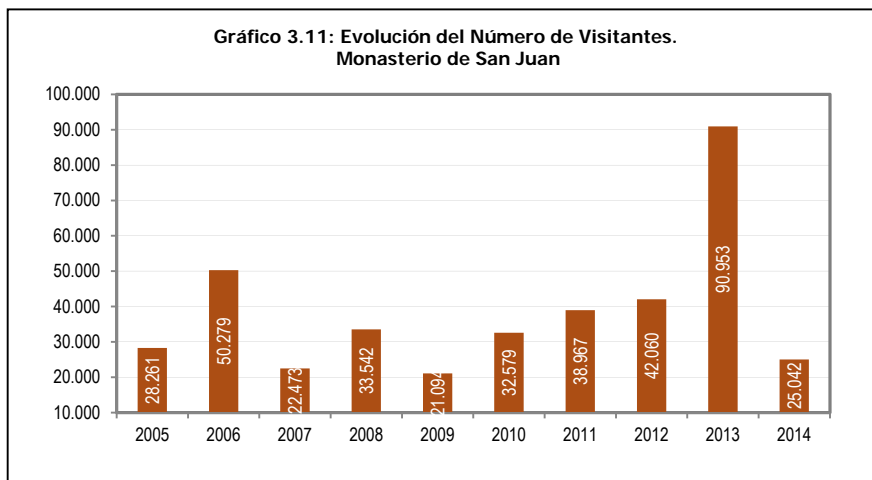
El número de visitantes al **Centro de Arte Caja de Burgos (CAB)** ha ido aumentando a lo largo de los años. Los aumentos más importantes en los últimos diez años, se han producido en el año 2008 y el pasado año 2014. El número de visitantes en 2014 se sitúa en **35.334**, lo que supone el año de más visitas, ello implica un crecimiento de 48,90% respecto al 2005.



Fuente: Centro de Arte Caja de Burgos. CAB y elaboración propia.



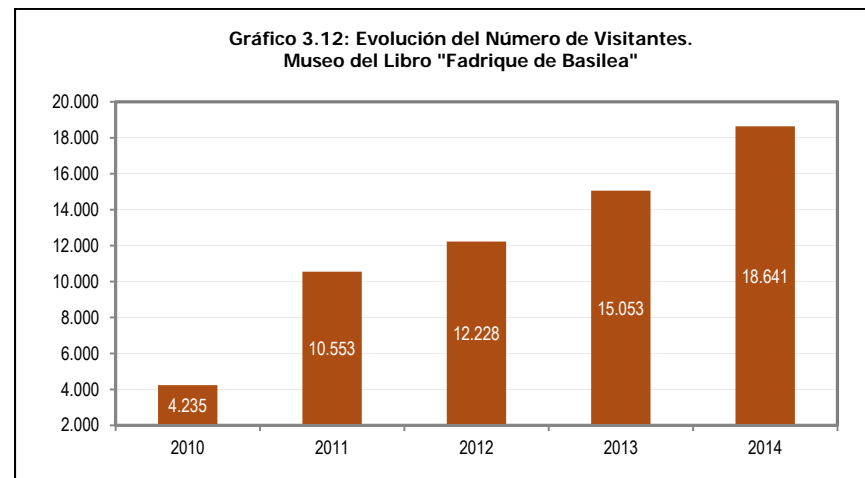
Como se observa en el gráfico 3.11, el número de visitantes al **Monasterio de San Juan** presenta gran variabilidad en los últimos diez años. Las variaciones más notables son las experimentadas en los 4 últimos años, en 2013 se produce un crecimiento de más del 100% respecto al año 2012, una cifra muy positiva que se reduce enormemente en 2014, con un total de **25.042** visitas, una disminución de 72,47%, durante este año se realizaron solo dos grandes exposiciones.



Fuente: Instituto Municipal de Cultura. IMC y elaboración propia.



El **museo del Libro "Fadrique de Basilea"**, de reciente creación en Burgos, presenta un incremento constante en el número de visitas para situarse en **18.641** en el año 2014, lo que supone un incremento del 23,83% respecto al año 2013.

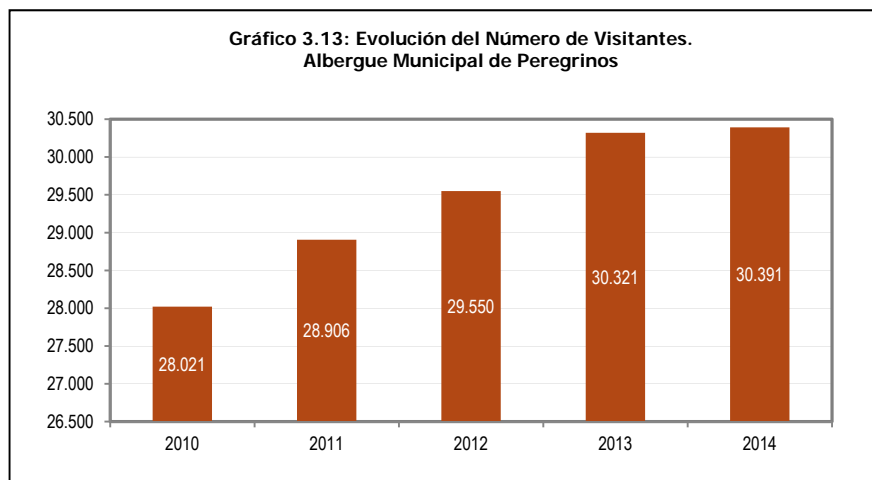


Fuente: Museo del Libro "Fadrique de Basilea" y elaboración propia.





En el gráfico 3.13 podemos comprobar como el número de peregrinos que llegan al **Albergue Municipal de Peregrinos de Burgos** presenta una tendencia creciente en los últimos cinco años. Desde el 2010 el número de peregrinos ha aumentado en un 8,21 para situarse en 2013 en 30.321 pernoctaciones. En 2014 se produce un leve incremento de visitas, recogiendo **30.391** peregrinos.

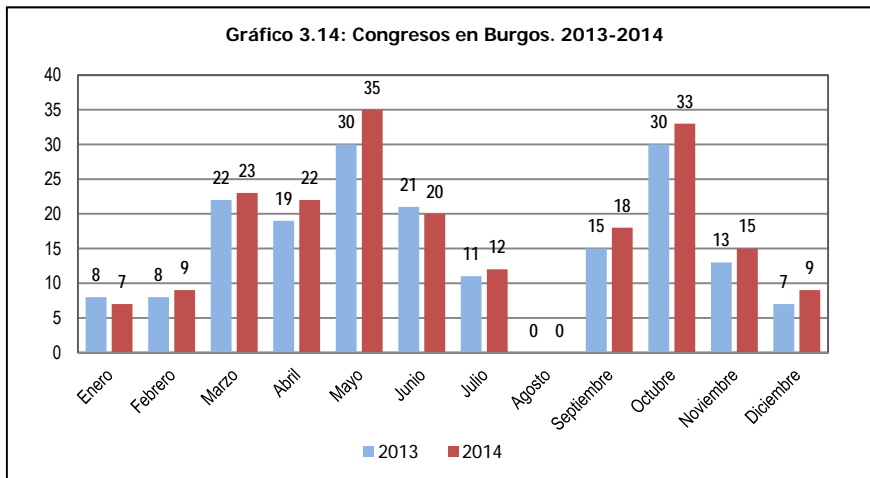


Fuente: Albergue Municipal de Peregrinos y elaboración propia.

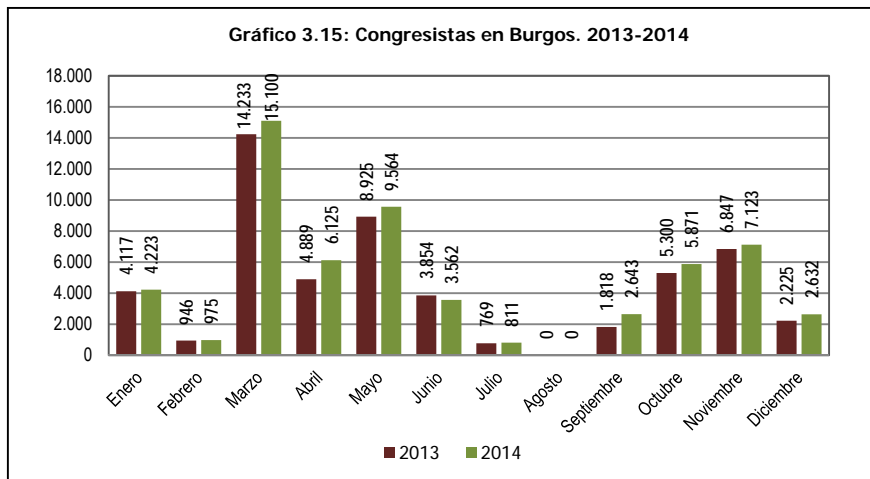


Como novedad, incluimos el **Museo Militar de Burgos** que cuenta, desde el 17 de mayo de 2014, con una nueva sede en los locales del Palacio de la antigua Capitanía General. La nueva instalación cuenta con cinco espacios expositivos y en el periodo comprendido entre su apertura hasta diciembre ha recibido **16.469** visitas.





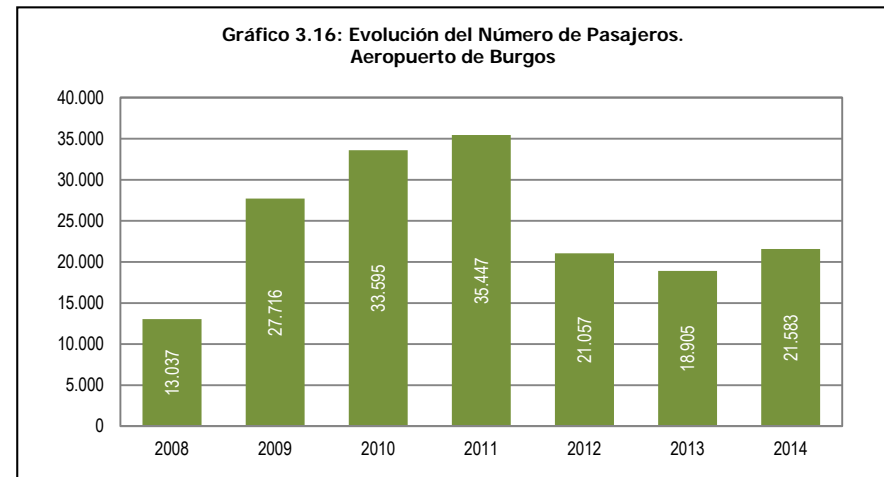
Fuente: Excmo. Ayuntamiento de Burgos y elaboración propia.



Fuente: Excmo. Ayuntamiento de Burgos y elaboración propia.

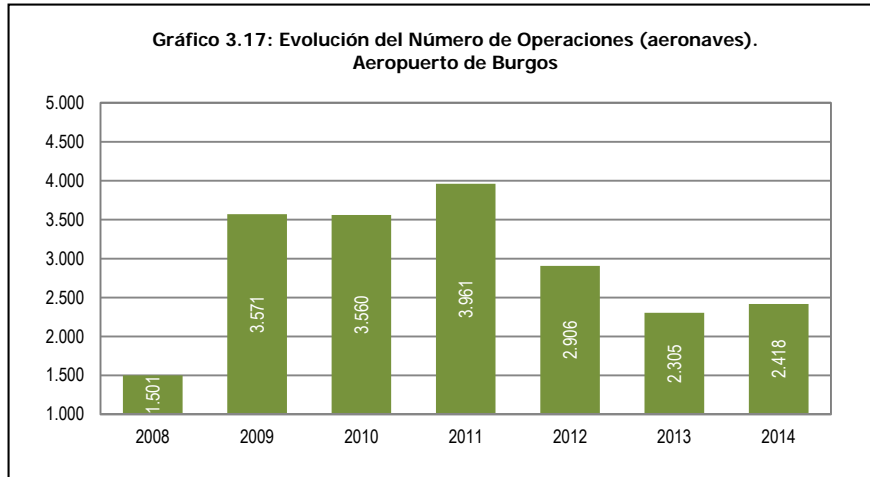
En relación con los Congresos gestionados por la **Oficina de Congresos de Burgos** (gráfico 3.14 y 3.15) podemos observar que el total de Congresos celebrados en Burgos en el año 2014 fue de **203** lo que supone un incremento del 10,32% con respecto al año anterior (184). Así mismo el número de congresistas que han participado en los mismos ha sido de **58.629** en el año 2014 un 8,72% más que en el año 2013 (53.929).

La apertura del **Aeropuerto de Burgos** en el año 2008, ha supuesto otra nueva vía de entrada y salida de viajeros. En 2011, se alcanzó la cifra máxima de pasajeros hasta el momento con 35.447. Pero a partir de este año, el número de pasajeros disminuyó de manera considerable hasta situarse en el año 2014 en **21.583**, cifra que a pesar de ser mucho menor a los pasajeros del 2011, es un 14,2% superior al número de pasajeros del año 2013.



\*Los datos de 2008 corresponden al periodo de Julio a Diciembre.  
Fuente: AENA y elaboración propia.

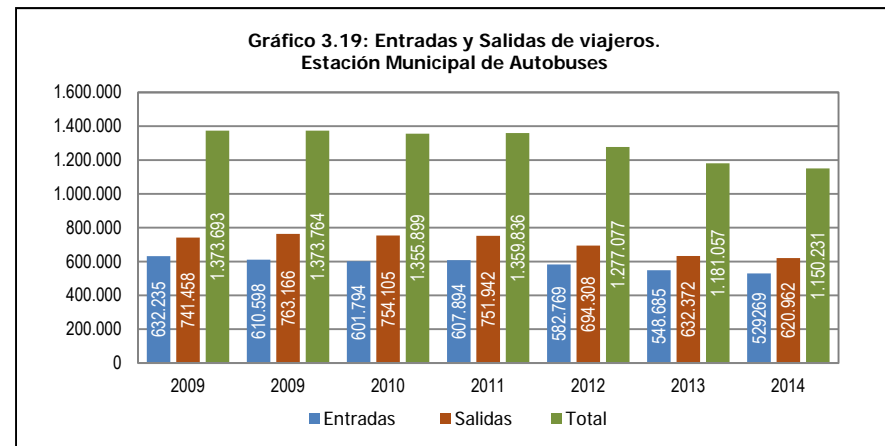
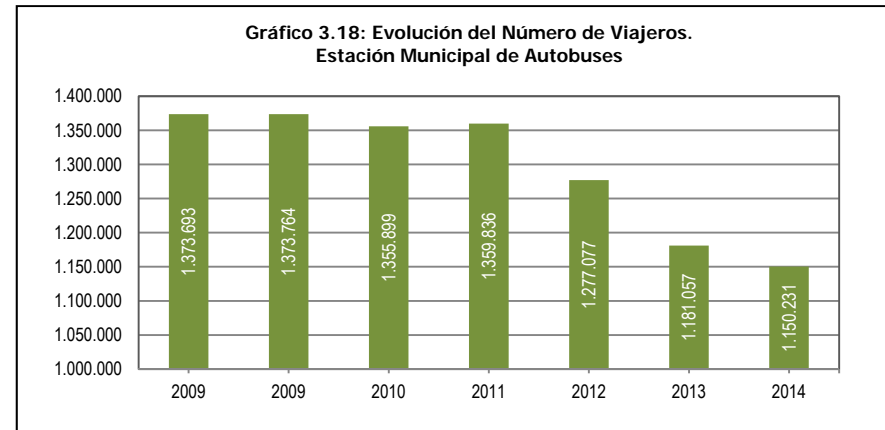
En el gráfico 3.17 se observa un aumento del **número de Operaciones** hasta el año 2011 y posteriormente un descenso hasta el 2013, y en 2014 se mejora la situación con **2.418** operaciones, un 4,9% más que en el año 2013.



\*Los datos de 2008 corresponden al periodo de Julio a Diciembre.  
Fuente: AENA y elaboración propia.



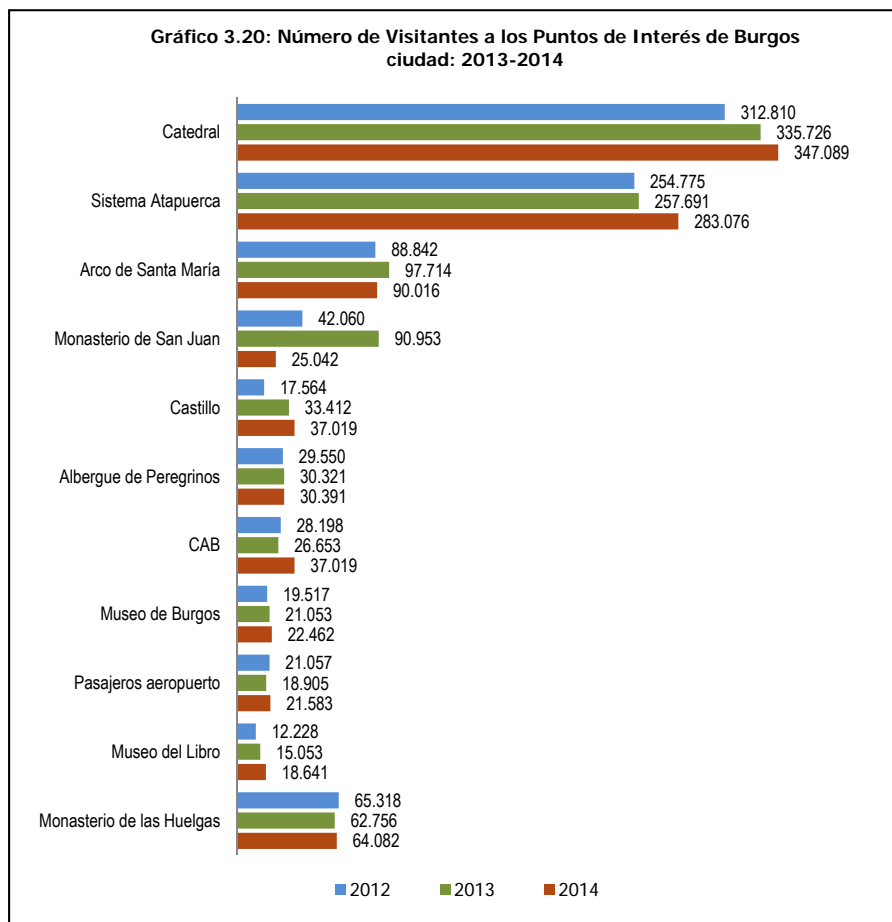
En el gráfico 3.18 observamos como el número de viajeros usuarios de la **Estación Municipal de Autobuses de Burgos** ha ido disminuyendo durante los últimos seis años. Como mostramos en el gráfico 3.18, el número de viajeros en 2014 es de **1.150.231**, lo que supone una disminución de 2,61% respecto al año 2013. En el gráfico 3.19 mostramos las mismas cifras pero desglosadas en entradas y salidas de la Estación. En estos datos no se incluyen los viajeros en tránsito.



Fuente: Excmo. Ayuntamiento de Burgos y elaboración propia.



A continuación, en el gráfico 3.20, se presenta un **resumen cuantitativo** de los principales resultados obtenidos en relación al número de visitas en los años 2012, 2013 y 2014. Cabe destacar los crecimientos de visitas (en 2014 respecto a 2013) al Sistema Atapuerca (9,85%), al CAB (32,57%) y las variaciones en el Monasterio de San Juan.

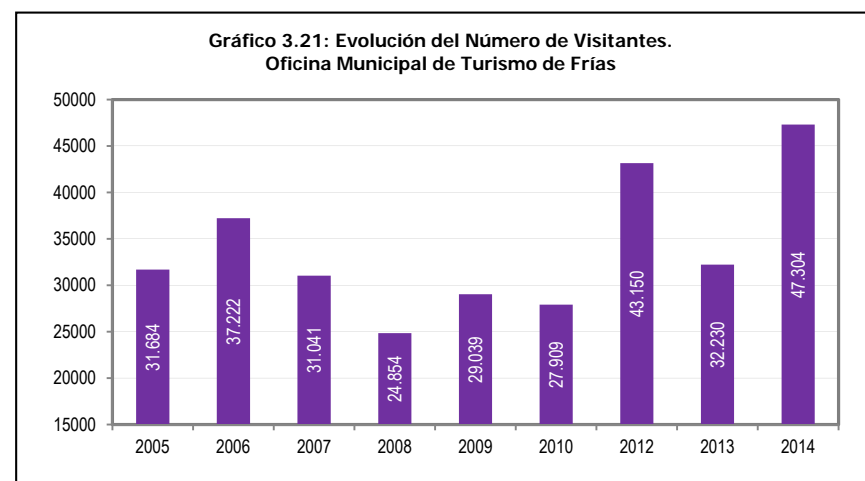


Fuente: Elaboración propia con los datos aportados por las diferentes instituciones.

## 3.2 Visitantes en la provincia de Burgos

### 3.2.1 Oficinas de Turismo de la provincia

El número de visitantes que ha acudido a la **Oficina de Turismo de Frías** ha experimentado cambios en estos diez últimos años. Como se puede observar en el gráfico 3.21, el número de visitantes sufrió un descenso en el período 2006-2008 cuantificado en más de 10.000 visitantes lo que supuso una disminución del 33,22%. Del año 2011 no se dispone de datos, pero es relevante el gran crecimiento ocasionado por las Edades del Hombre en 2012, que alcanzó las 43.150 visitas, un buen dato que se ha superado el pasado año 2014, con **47.304** visitas a la Oficina de Turismo, un 46,77% más que en 2013.

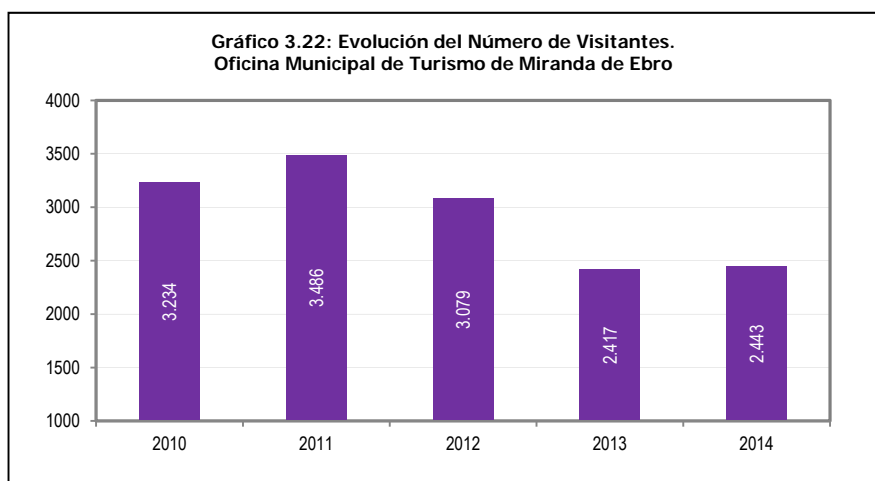


No se disponen de datos de visitantes correspondientes al año 2011.  
Fuente: Oficina Municipal de Turismo de Frías y elaboración propia.

Las visitas a la **Oficina de Turismo de Belorado** han experimentado variaciones durante los tres últimos años en cuanto a los visitantes que han acudido a la misma. En 2012 fueron 4.351, produciéndose en el año siguiente un incremento del 18,20%, para situarse en las 5.143 visitas. Finalmente en 2014

acudieron 4.185 personas, lo que implica un descenso del 18,53% respecto al año 2013.

El número de visitantes a la **Oficina Municipal de Turismo de Miranda de Ebro** durante los cinco últimos años ha presentado ligeras variaciones, entre los años 2010-2012 la Oficina de Turismo acogió entre 3.000 y 3.500 visitantes. En 2013 y 2014 se produjo un descenso, recibiendo **2.443** visitas en el 2014, un 20,66% menos que en 2012.



Fuente: Oficina Municipal de Turismo de Miranda de Ebro y elaboración propia.

Entre Mayo y Noviembre del año 2014 ha tenido lugar la XIX edición de **Las Edades del Hombre**, "Eucaristía" en la localidad de **Aranda de Duero**. Este evento cultural ha repercutido enormemente en el turismo de la zona, llegando a recibir **301.338** visitantes, un excelente dato que supone un aumento del 33% de visitantes respecto a la última edición celebrada en Arévalo (226.570) y un 72% más que la edición celebrada en la Villa de Oña (175.000).

En cuanto al número de visitantes a la **Oficina de Turismo de esta localidad**, en los años 2012 y 2013 fue de 35.417 y 37.320, respectivamente. Estos años no son comparables con el 2014 debido al evento celebrado.

### 3.2.2 Puntos de Interés de la provincia

El **Monasterio de San Salvador de Oña**, ha experimentado fuertes cambios en cuanto al número de visitantes. Podemos observar que se mantiene una estabilidad entre los años 2005 y 2007, hasta un notable descenso en 2008. En 2009 la cifra de visitantes aumento un 13,02% respecto del año anterior, seguida de ligeras variaciones que mantienen en torno a 10.000 la cifra de visitantes hasta el año 2011. Señalar que los datos correspondientes al año 2012 están influenciados por la celebración en la Villa de Oña de la XVII edición de las Edades del Hombre "Monacatus" y sólo se dispone de datos de los visitantes de la misma, cifrados en 175.000.

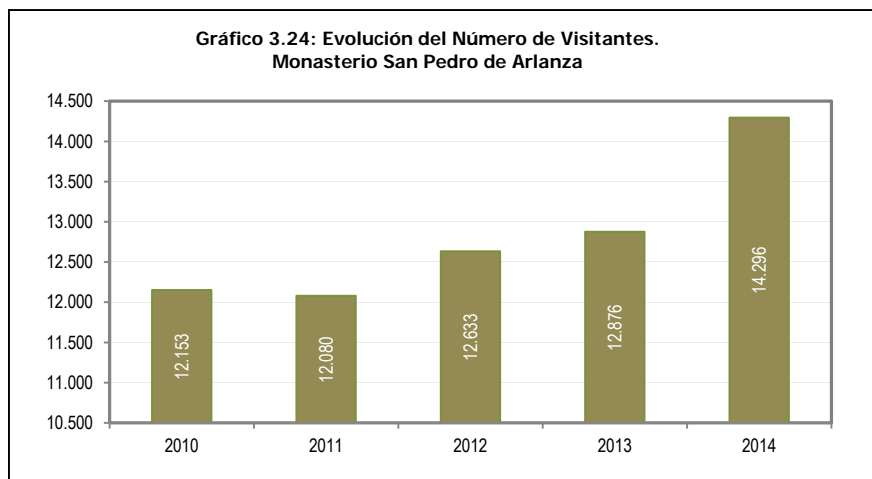
No se disponen de datos para los años 2012, 2013 pero la evolución desde 2011 ha sido un crecimiento de 51,45% de las visitas hasta alcanzar las **15.451**.



No se disponen de datos de visitantes de los años 2012 y 2013.

Fuente: Oficina Municipal de Turismo Oña y elaboración propia.

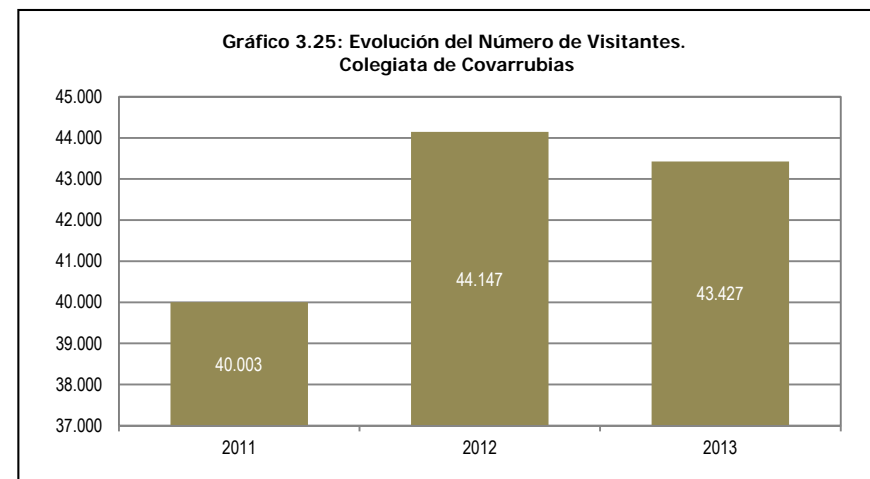
El número de visitantes al **Monasterio de San Pedro de Arlanza** ha aumentado en los últimos 4 años. Desde 2011 hasta 2013, el número de visitantes creció un 6,58%, continuó creciendo ligeramente hasta 2013, hasta finalmente acoger **14.296** visitas en 2014, lo que supone un aumento de 11,03% respecto al año anterior.



Fuente: Servicio de Cultura de la Junta de Castilla y León y elaboración propia.



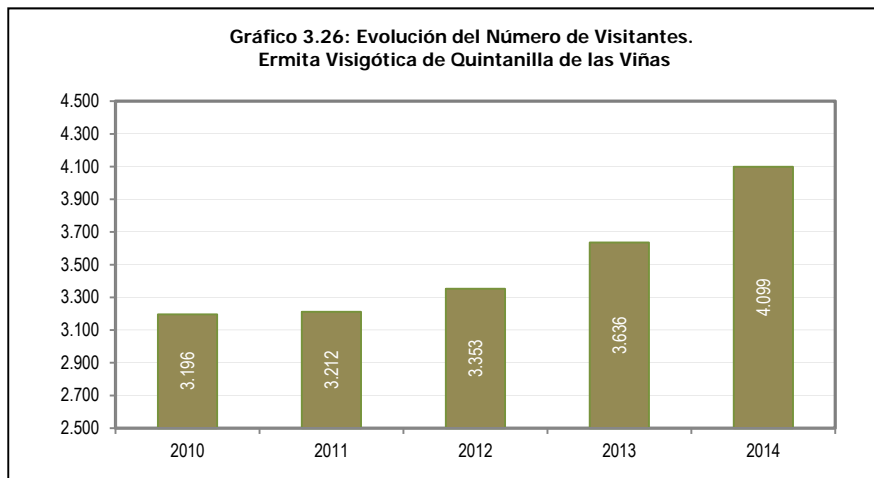
La **Colegiata de Covarrubias** ha mantenido una estabilidad en cuanto al número de visitantes en el periodo 2011-2013. En estos tres años los valores se mantienen superiores a los 40.000 y menores a 45.000, con ligeras variaciones como podemos observar en el gráfico 3.25.



Fuente: Servicio de Cultura de la Junta de Castilla y León y elaboración propia.



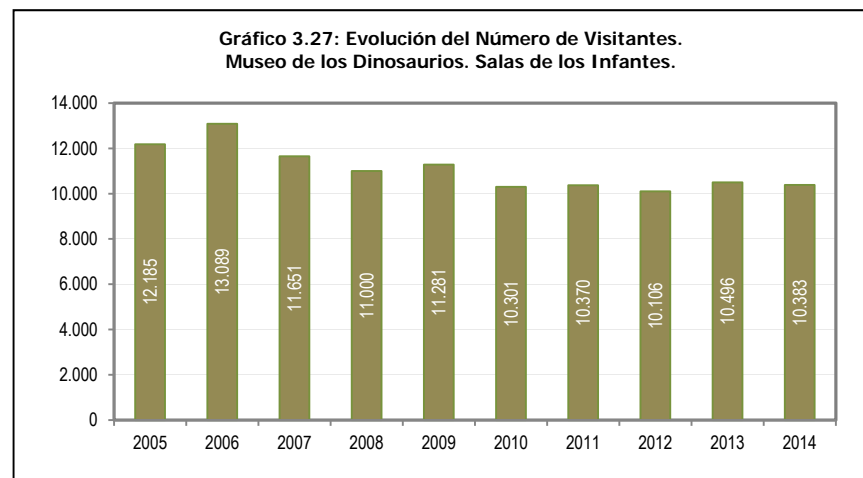
El número de visitantes a la **Ermita Visigótica de Quintanilla de las Viñas** ha aumentado un 28,25% en los últimos 5 años. Entre 2010 y 2013 se presentó un continuo crecimiento, hasta el 2014, año en que aumentaron las visitas en un 12,73% con respecto a 2013 alcanzando las **4.099** visitas.



Fuente Servicio de Cultura de la Junta de Castilla y León y elaboración propia.



El número de visitantes al **Museo de los Dinosaurios de Salas de los Infantes** se ha mantenido más o menos estable durante los últimos 9 años, situándose la cifra de visitantes en torno a los 10.000 visitantes por año, llegando en 2014 a las **10.383** visitas.

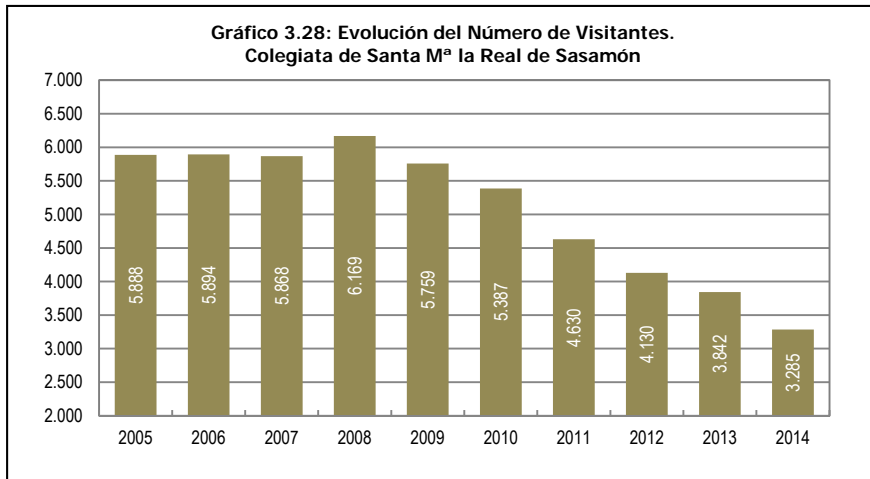


Fuente: Museo de los Dinosaurios de Salas de los Infantes y elaboración propia.





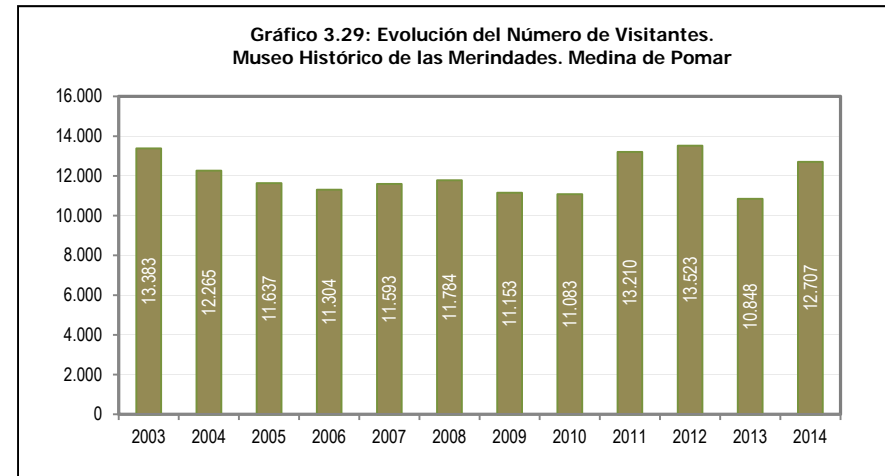
Durante los diez últimos años, **Colegiata de Santa María la Real de Sasamón**, mantuvo una estabilidad en el número de visitantes entre los años 2005 y 2009, manteniéndose entre los 5.700 y 6.200 visitantes al año. A partir del año 2010 presenta una tendencia decreciente, hasta situarse en el 2014 en los **3.285** visitantes, lo que supone una disminución de un 14,49% respecto al 2013 y un 79,23% menos de visitantes que hace 10 años.



Fuente: Colegiata de Santa M<sup>a</sup> la Real de Sasamón y elaboración propia.



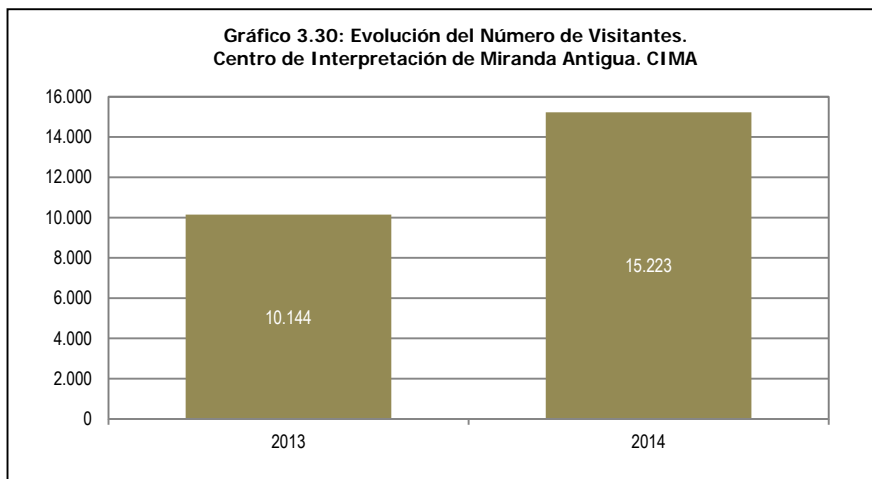
El número de visitas al **Museo Histórico de las Merindades** (gráfico 3.29) ha disminuido de manera considerable excepto durante los años 2011 y 2012 con 13.210 y 13.523 visitas respectivamente. En 2013 vuelven a disminuir los visitantes al Museo, siendo este descenso de un 19,78% respecto a 2012 para contabilizarse un total de 10.843 visitas este año. En el año 2014 se produjo un aumento de visitantes del 17,13% con respecto al año 2013 resultando **12.707** visitas a la exposición permanente del Museo. Se produjeron 8.542 visitas adicionales motivadas por las diversas actividades que componen el programa anual del museo.



Fuente: Ilustre Ayuntamiento de Medina de Pomar y elaboración propia.



El Centro de Interpretación de Miranda Antigua, CIMA, se abrió el 15 de julio de 2013 y desde esa fecha hasta Diciembre de 2013 acogió a 10.144 visitantes. En el año 2014 esa cifra crece hasta las **15.223** visitas, aunque también se trata de un periodo más largo.

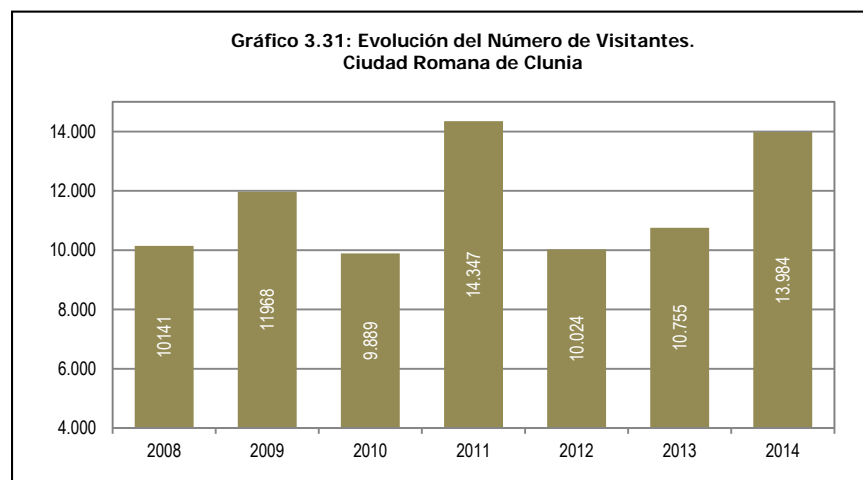


\*2013 Datos de Julio a diciembre

Fuente: Excmo. Ayuntamiento de Miranda de Ebro y elaboración propia.



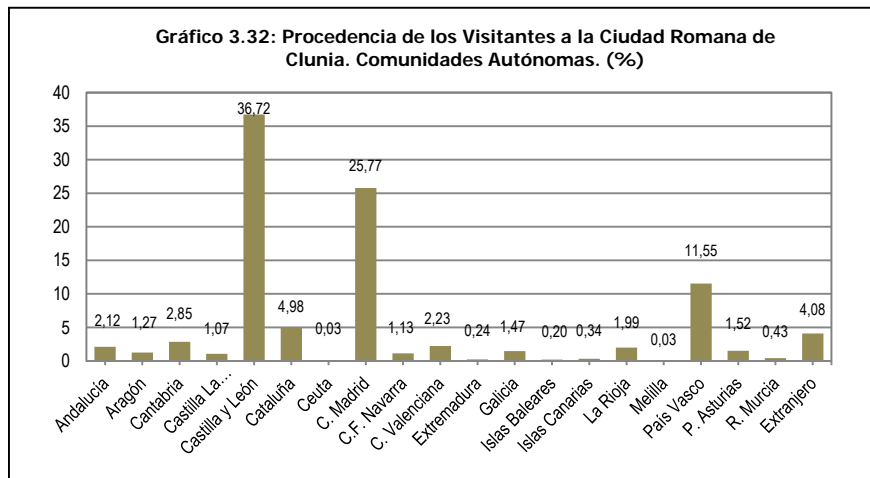
El número de visitantes a la **Ciudad Romana de Clunia** ha presentado ligeras variaciones en el número de visitantes en los últimos 7 años, observando el mayor ascenso en 2011, con un 45,08% más de visitas que en el 2010. Tras el mayor descenso que se produjo en 2012, la tendencia es creciente, hasta alcanzar en 2014 las **13.984** visitas, un 30,02% más que en 2013 (gráfico 3.31). En el gráfico 3.32 se observa el porcentaje que representa cada Comunidad Autónoma en el número de visitas. Las comunidades que más visitantes aportaron en el año 2014 son: Castilla y León, Comunidad de Madrid y País Vasco (con 36,72%, 25,77% y 11,55% de las visitas totales, respectivamente).



Fuente: Excmo. Diputación Provincial de Burgos y elaboración propia.



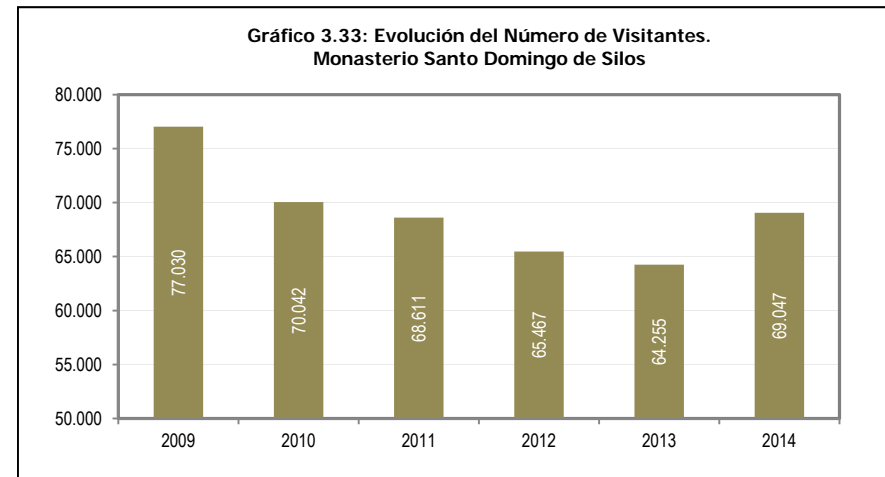




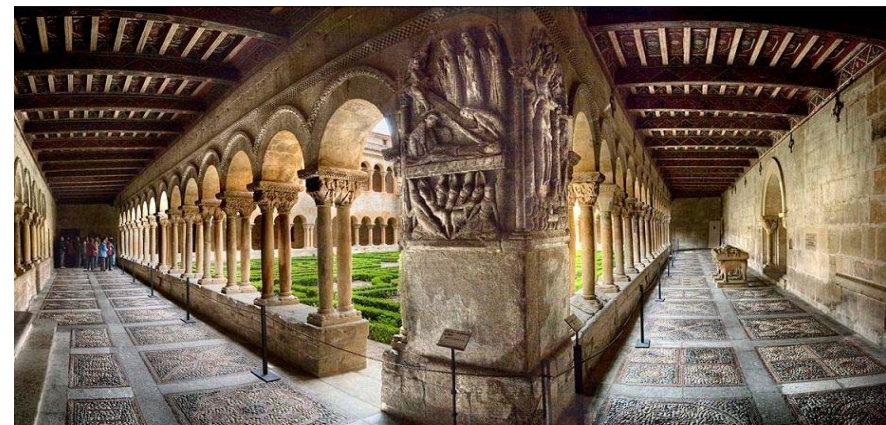
Fuente: Excma. Diputación Provincial de Burgos y elaboración propia.



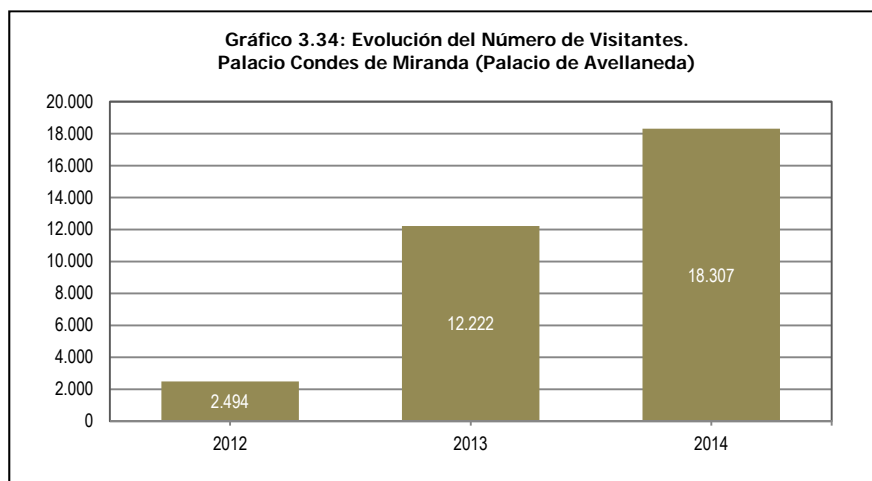
Como se observa en el Gráfico 3.33, el número de visitantes al **Monasterio de Santo Domingo de Silos** durante los 6 últimos años presentaba tendencia decreciente desde el año 2009 hasta el 2013, dicha tendencia cambia en el año 2014, el cual presenta **69.047** visitantes, un 7,45% más que en el año 2013.



Fuente: Monasterio de Santo Domingo de Silos y elaboración propia.



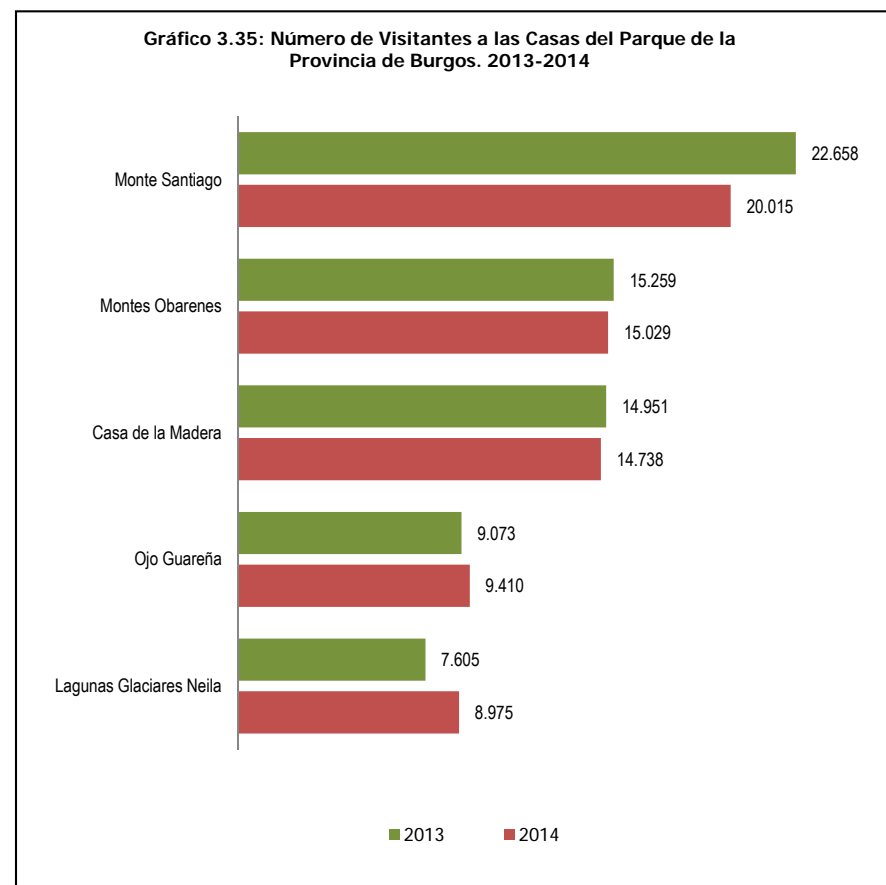
A continuación se presentan los datos correspondientes a los visitantes que acudieron al **Palacio de los Condes de Miranda (Palacio de Avellaneda)** en los tres últimos años. La cifra de visitantes en 2012 es mucho menor que las de años posteriores porque durante ese año estuvo muchos meses cerrado al turismo y cuando estaba abierto eran uno o dos días a la semana. Desde el 2013 la situación es más regular, abriendo cinco días a la semana y experimentando una cifra mucho mayor, alcanzando finalmente en el 2014 los **18.307** visitantes, un 49,79% más que en el año anterior.



Fuente: Palacio Condes de Miranda (Palacio de Avellaneda) y elaboración propia.

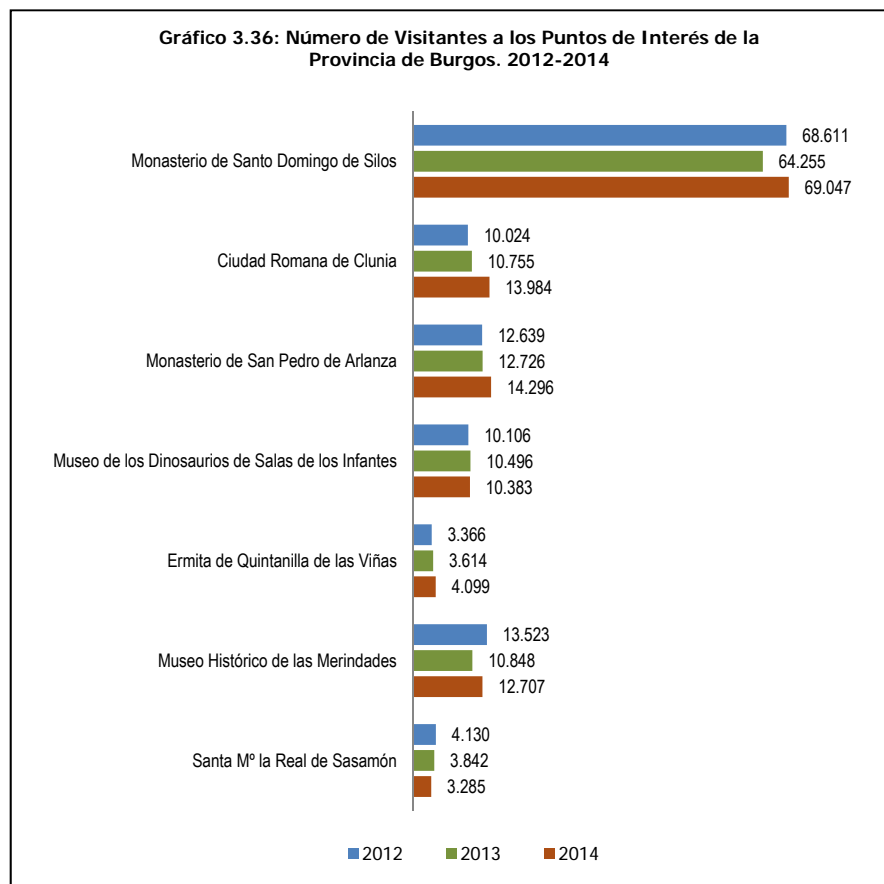


En este boletín queremos incluir los datos referentes a los visitantes a las **Casas del Parque de la Provincia de Burgos**. Las Casas del Parque y los Centros Temáticos son infraestructuras concebidas como punto de referencia y encuentro de los Espacios Naturales, y de los cuales distinguimos cinco en la provincia de Burgos. En el gráfico 3.35 recogemos el número de visitantes que han acudido los dos últimos años a estos espacios:



Fuente: Patrimonio Natural de Castilla y León y elaboración propia.

A continuación, en el gráfico 3.36 se presenta un **resumen cuantitativo** de los principales resultados obtenidos en el número de visitas de los tres últimos años en la Provincia de Burgos. En todos estos puntos de interés se ha experimentado crecimiento en 2014 respecto a 2013, siendo los más notables los del Monasterio de Santo Domingo (7,45%), San Pedro de Arlanza (11,03%) y la Ermita de Quintanilla de las Viñas con un 12,73%.



Fuente: elaboración propia con los datos aportados por las diferentes instituciones.





# 4 PERFIL Y PERCEPCIÓN



## 4. Análisis del Perfil y la Percepción del Visitante de la ciudad y la Provincia de Burgos

A continuación se analizan los datos obtenidos, para el **quinto período comprendido desde octubre de 2014 a enero de 2015**, a través de la encuesta personal a los turistas que han visitado Burgos (ciudad y provincia). Esta información nos permitirá conocer el perfil sociodemográfico del turista, la forma de organizar su viaje, el uso de las nuevas tecnologías en todo el proceso, los motivos de su visita, las actividades realizadas o lugares visitados, su grado de satisfacción, sus recomendaciones/mejoras y su intención de volver o de recomendar la visita.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA				
	Ciudad		Provincia	
	Nº de Encuestas	%	Nº de Encuestas	%
Arlanza			74	13,10
Bureba-Ebro			76	13,40
Amaya-Camino			63	11,10
Sierra de la Demanda			146	25,70
Merindades			83	14,60
Pinares			10	1,80
Ribera del Duero			115	20,30
Burgos	417	100		
<b>TOTAL</b>	<b>417</b>	<b>42,40</b>	<b>567</b>	<b>57,60</b>
<b>TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS</b>			<b>984</b>	<b>100%</b>

### 4.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
<b>Fecha de Realización</b>	Octubre 2014 a Enero de 2015.
<b>Recogida de la información</b>	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala Likert (valoración de diferentes aspectos en una escala numérica con un recorrido de 1 (mínimo) a 5 (máximo)).
<b>Metodología</b>	Encuesta presencial (en lugares turísticos y mediante algunos establecimientos colaboradores). Dos tiempos: entresemana y fin de semana.
<b>Población</b>	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan Burgos (ciudad y/o provincia).
<b>Tipo de Muestreo</b>	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. En la provincia, se muestrean las localidades más significativas de cada una de las comarcas, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de cada una de las localidades. Burgalesas.
<b>Muestra</b>	Ver tabla.
<b>Nivel de Confianza</b>	95%
<b>Error Muestral</b>	Error muestral: $\pm 3,124\%$ sobre datos generales; $\pm 4,799\%$ para datos de la ciudad y $\pm 4,116\%$ para datos de la provincia.
<b>Ámbito geográfico</b>	Burgos: ciudad y provincia.



## 4.2 Perfil del Visitante

La tabla ES.1 recoge los datos más relevantes relacionados con el **perfil sociodemográfico del visitante**, tanto de la ciudad como de la provincia. Puede observarse que no existen grandes diferencias entre el perfil del visitante de la ciudad y el de la provincia, tal y como ocurría en los periodos anteriores de encuestación. Los aspectos más importantes a destacar son: el perfil del visitante de la ciudad y provincia de Burgos en este quinto periodo es de un casado/pareja, tanto en la ciudad como de la provincia (66,6% y 75,8% respectivamente), con un rango de edad de entre 25 y 39 años de edad en ciudad (39,2%) y entre 40 y 54 años en provincia (39,4%), con procedencia de España, principalmente en la provincia (95,0%); se observan diferencias sobre la provincia de procedencia entre la ciudad (1. Madrid (18,2%), 2. Vizcaya (5,8%) y 3. Barcelona (4,8%)) y la provincia (1. Madrid (30,3%), 2. Burgos (13,2%) y 3. Vizcaya (10,1%)). Del 31,8% de visitantes de la ciudad que no son de España existe amplia variedad de procedencias, destacando Inglaterra (6,40%), Méjico (4,30%), Francia (3,40%) y Estados Unidos (3,10%). No se aprecian diferencias según el sexo de los visitantes: tanto en la ciudad (Hombre: 44,2%, Mujer: 55,8%) como en la provincia (Hombre: 43,8%, Mujer: 56,2%), los porcentajes son similares.

Sobre el **número de hijos** de los visitantes, se aprecian diferencias entre los visitantes de la ciudad y los de la provincia, tienen hijos un 50,0% de los visitantes de la ciudad y un 66,1% los de la provincia. También se aprecian diferencias en cuanto a si hacen o no turismo con sus hijos (51,1% y 67,6%, respectivamente en visitantes de ciudad y provincia).

Respecto al **nivel de estudios** de los visitantes, tanto en la ciudad como en la provincia, indican mayoritariamente un nivel de estudios universitarios (79,4% y 69,9% respectivamente en ciudad y provincia) con porcentajes similares a los registrados en este aspecto en los visitantes del periodo anterior.

Sobre la **ocupación/profesión**, tanto los visitantes de la ciudad como los de la provincia, manifiestan dedicarse principalmente a tareas del hogar (59,7%

y 65,0% respectivamente), seguido por jubilado en ciudad (14,1%) y trabajador por cuenta propia en provincia (9,8%).

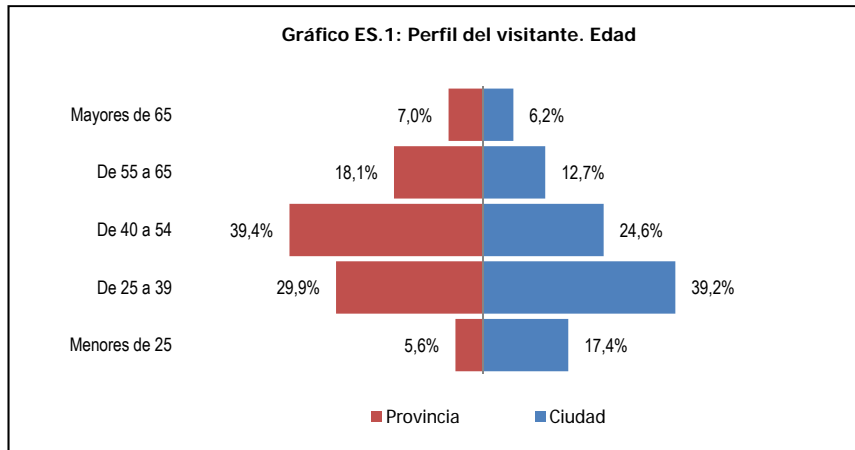
**Tabla ES. 1: Perfil del Visitante**

	Ciudad	Provincia															
<b>Sexo</b>	Hombre (44,20%) / Mujer (55,80%)	Hombre (43,60%) / Mujer (56,40%)															
<b>Edad</b>	Entre 25 y 39 años (39,20%)	Entre 40 y 54 años (39,40%)															
<b>Procedencia</b>	España (68,2%)	España (95,0%)															
	<table border="0"> <thead> <tr> <th>Comunidad</th> <th>Provincia</th> <th>Comunidad</th> <th>Provincia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Madrid (18,2%)</td> <td>1. Madrid (18,2%)</td> <td>1. Madrid (30,3%)</td> <td>1. Madrid (30,3%)</td> </tr> <tr> <td>2. Castilla y León (10,6%)</td> <td>2. Vizcaya (5,8%)</td> <td>2. Castilla y León (24,6%)</td> <td>2. Burgos (13,2%)</td> </tr> <tr> <td>3. País vasco (8,2%)</td> <td>3. Barcelona (4,8%)</td> <td>3. País vasco (15,7%)</td> <td>3. Vizcaya (10,1%)</td> </tr> </tbody> </table>	Comunidad	Provincia	Comunidad	Provincia	1. Madrid (18,2%)	1. Madrid (18,2%)	1. Madrid (30,3%)	1. Madrid (30,3%)	2. Castilla y León (10,6%)	2. Vizcaya (5,8%)	2. Castilla y León (24,6%)	2. Burgos (13,2%)	3. País vasco (8,2%)	3. Barcelona (4,8%)	3. País vasco (15,7%)	3. Vizcaya (10,1%)
Comunidad	Provincia	Comunidad	Provincia														
1. Madrid (18,2%)	1. Madrid (18,2%)	1. Madrid (30,3%)	1. Madrid (30,3%)														
2. Castilla y León (10,6%)	2. Vizcaya (5,8%)	2. Castilla y León (24,6%)	2. Burgos (13,2%)														
3. País vasco (8,2%)	3. Barcelona (4,8%)	3. País vasco (15,7%)	3. Vizcaya (10,1%)														
<b>Nivel de Estudios</b>	Universitarios (79,4%)	Universitarios (69,9%)															
<b>Estado Civil</b>	Casado / En pareja (66,6%)	Casado / En pareja (75,8%)															
<b>Hijos</b>	Con hijos (50,0%) <i>Un 51,1% hacen turismo con ellos</i>	Con hijos (66,1%) <i>Un 67,6% hacen turismo con ellos</i>															
<b>Ocupación</b>	1. Tareas del hogar (59,7%) 2. Jubilado (14,1%)	1. Tareas del hogar (65,0%) 2. Trabajador por cuenta propia (9,8%)															
<b>Modo de Viaje</b>	1. Viaje Organizado (42,9%) 2. Con Amigos (25,9%)	1. Viaje Organizado (48,7%) 2. Con Amigos (33,7%)															
<b>Ingresos Familiares (neto mensual)</b>	1. Hasta 1.999€ (43,5%) 2. De 2.000 a 2.999€ (41,8%)	1. Hasta 1.999€ (38,6%) 2. De 2.000 a 2.999€ (30,7%)															

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

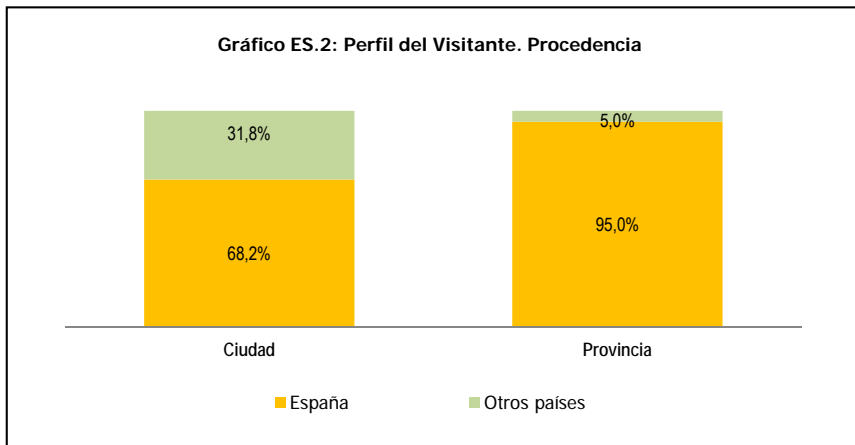
Por otro lado, como ya se ha comentado, el intervalo de edad predominante es el de 25 a 39 años en la ciudad y 40 a 54 en la provincia. Así mismo, los siguientes intervalos más destacados son de 40 a 54 años en la ciudad, con un 24,6% y el intervalo de 25 a 39 años en la provincia, con un porcentaje del 29,9%. Finalmente, el intervalo menos numeroso, "mayores de 65 años" que en la

ciudad suponen un 6,2% y en la provincia “menores de 25 años” que representan un 5,6%.



$N_{ciudad} = 403$  (96,6% del total);  $N_{provincia} = 531$  (93,7% del total)

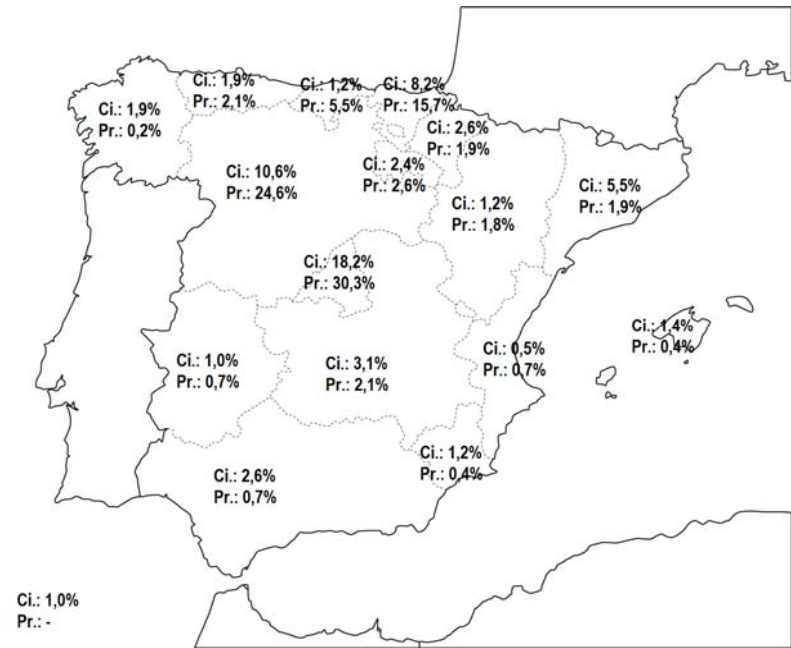
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 415$  (99,5% del total);  $N_{provincia} = 565$  (99,6% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico ES.3: Procedencia del Visitante. Distribución por Comunidades Autónomas**



$N_{ciudad} = 415$  (99,5% del total);  $N_{provincia} = 565$  (99,6% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La tabla ES.2, referida al **modo de viajar del visitante**, nos muestra que los visitantes que llegan a la ciudad o a la provincia, lo han hecho con viaje organizado principalmente, siendo un 42,9% en la ciudad y un 48,7% en la provincia, seguido del viaje con amigos (25,9% y 33,7%, respectivamente).



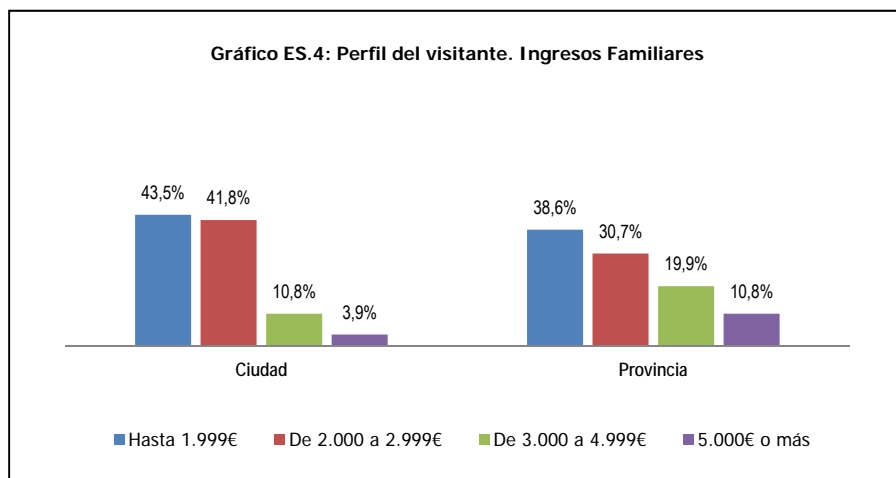
**Tabla ES.2: Modo de Viajar del visitante**

	Sólo	Con amigos	Viaje organizado	En pareja	IMSERO	Otros
Ciudad	9,8%	25,9%	42,9%	3,1%	0,2%	32,8%
Provincia	5,6%	33,7%	48,7%	3,7%	0,5%	30,9%

N<sub>ciudad</sub> = 397 (95,2% del total); N<sub>provincia</sub> = 549 (96,8% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto a los **ingresos familiares** (neto mensual), observamos que entre nuestros visitantes, existen ligeras diferencias entre la ciudad y la provincia, siendo el reparto porcentual de las categorías más variado en la provincia. Tanto los visitantes de ciudad como de provincia, se sitúan con ingresos hasta 1.999€ (43,5% y 38,6% respectivamente) y con ingresos entre 2.000€ y 2.999€ (41,8% y 30,7%, respectivamente) (gráfico ES.4).



N<sub>ciudad</sub> = 232 (55,6% del total); N<sub>provincia</sub> = 166 (29,3% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

### 4.3 Preparación de la Visita

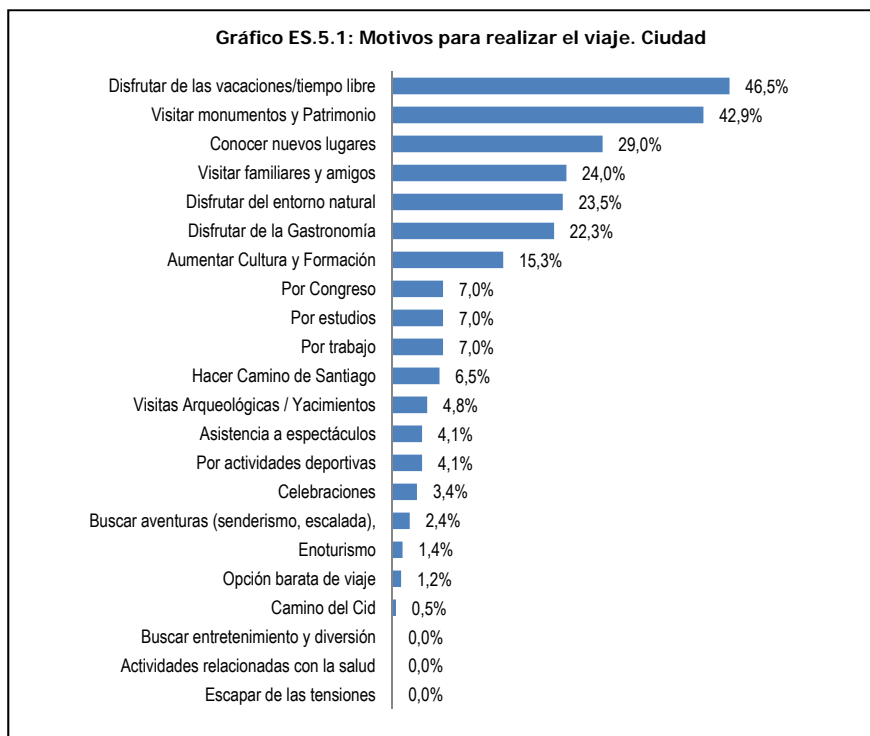
En la tabla ES.3 se incluye una visión general de los aspectos relacionados con la preparación de la visita: motivos, conocimiento previo, transporte, herramientas para contratar, etc...

**Tabla ES. 3: Preparación de la Visita**

	Ciudad	Provincia
Motivos para realizar el viaje	1. Vacaciones / Tiempo Libre (46,5%)	1. Vacaciones / Tiempo Libre (46,4%)
	2. Monumentos y Patrimonio (42,9%)	2. Entorno Natural (34,7%)
	3. Conocer lugares nuevos (29,0%)	3. Monumentos y Patrimonio (33,2%)
	4. Visitar familiares y amigos (24,0%)	4. Conocer lugares nuevos (29,5%)
¿Ha estado antes en Burgos ciudad?	SI (51,8%)	SI (87,2%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	SI (45,2%)	SI (82,9%)
Conocimientos del destino	1. Amigos / Familia (32,1%)	1. Amigos / Familia (27,5%)
	2. Internet (21,6%)	2. Internet (16,6%)
	3. Soy de la zona (14,1%)	3. Soy de la zona (16,6%)
Uso de Internet	Mayoritariamente sólo para información (28,1%)	Mayoritariamente sólo para información (33,5%)
Tipo de transporte	Turismo (70,0%)	Turismo (83,1%)
Organización de la visita	1. Sin contratación previa (69,8%)	1. Sin contratación previa (46,2%)
	2. Internet (12,9%)	2. Internet (14,6%)

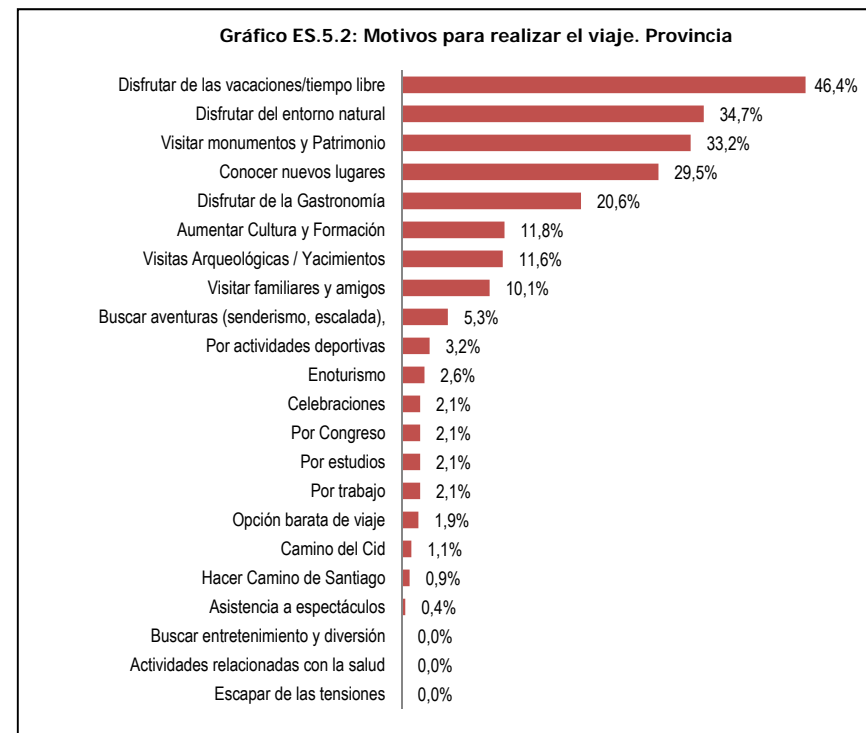
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Dentro de los **motivos para realizar la visita** nos encontramos con gran variedad de razones por las cuales han elegido visitar nuestra ciudad y/o provincia, apreciándose ligeras diferencias entre ambas. En cuanto a la ciudad, los principales motivos para visitarla son: Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (46,5%), Visitar monumentos y patrimonio (42,9%), Conocer nuevos lugares (29,0%) y Visitar Familiares y Amigos (24,0%). Por otro lado, en la provincia, los principales motivos para visitar la misma son: Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (46,4%), Disfrutar del entorno natural (34,7%), Visitar Monumentos y Patrimonio (33,2%) y Conocer nuevos lugares (29,5%) (gráfico ES.5).



N<sub>ciudad</sub> = 412 (98,8% del total)

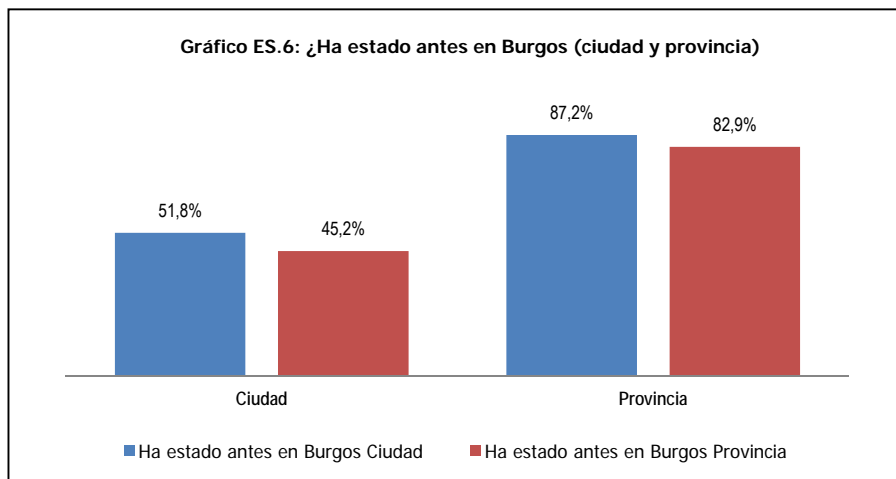
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>provincia</sub> = 563 (99,3% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Un aspecto importante a tener en cuenta, sería el **número de veces que el visitante ha estado anteriormente en la ciudad y la provincia**, conocer este dato nos proporcionaría el grado de satisfacción y su fidelización. En primer lugar, señalar que un 51,8% de los visitantes de la ciudad ya habían estado anteriormente en ella, de este porcentaje, un 46,8% habían estado una o dos veces. De los que en esta ocasión visitaron la ciudad, un 45,2% habían visitado previamente la provincia, y de estos últimos, un 33,4% habían estado una o dos veces (gráfico ES.6).



Ha estado antes en Burgos Ciudad:  $N_{ciudad} = 400$  (95,9% del total);  $N_{provincia} = 541$  (95,4% del total)  
 Ha estado antes en Burgos Provincia:  $N_{ciudad} = 374$  (89,7% del total);  $N_{provincia} = 516$  (91,0% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En segundo lugar, y centrándonos en la muestra que ahora visitaba la provincia, un 82,9% ya había estado previamente antes en la misma, en concreto un 44,2% lo hacían en una o dos ocasiones. De esta muestra, un 87,2% habían estado anteriormente en la ciudad, de los cuales, un 52,5% lo habían hecho en una o dos ocasiones.



**Tabla ES.4: Número de veces que ha estado en la Ciudad y Provincia**

	Ciudad		Provincia	
	Visitantes de la ...		Visitantes de la ...	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
1 vez	25,5%	27,9%	16,7%	18,6%
2 veces	21,3%	24,6%	16,7%	25,6%
3 veces	14,9%	6,6%	23,3%	9,3%
4 ó más veces	38,3%	40,9%	43,3%	46,5%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

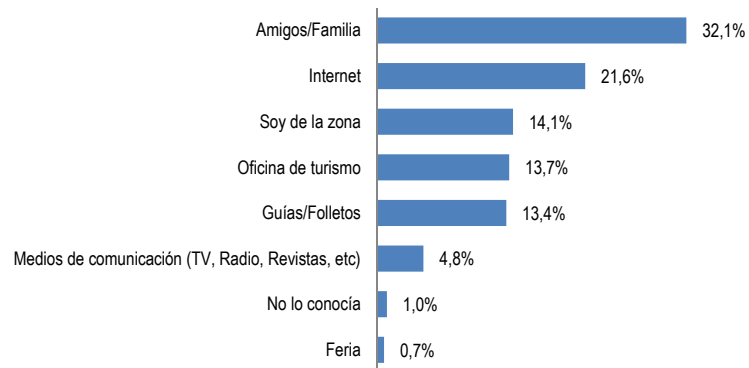
En el análisis sobre los medios por los que **se ha obtenido información sobre el destino**, puede observarse que la principal fuente de información para localizar información sobre la ciudad es a través de amigos / familia (32,1%), es decir, fuentes personales. La segunda fuente de información es a través de internet (21,6%). Las siguientes fuentes de información, son ser de la zona, oficinas de turismo y guías o folletos publicitarios (gráfico ES.7).

En cuanto a los visitantes de la provincia, la principal fuente de información son las fuentes personales: familiares y amigos (27,5%), Internet y ser de la zona (16,6% respectivamente) y otras fuentes.





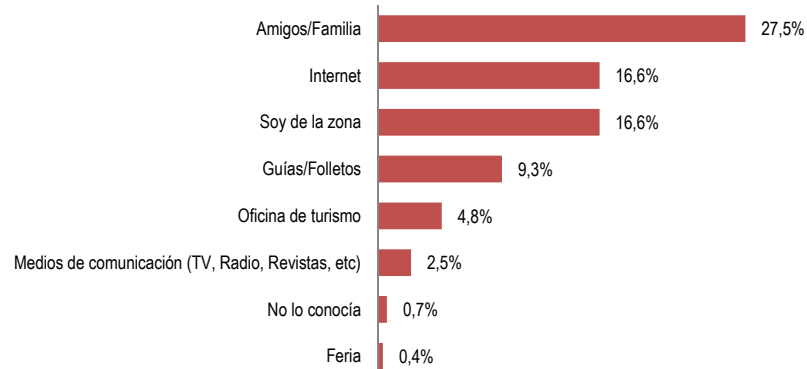
**Grafico ES.7.1: Conocimiento del destino. Ciudad**



N<sub>ciudad</sub> = 354 (84,9% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico ES.7.2: Conocimiento del destino. Provincia**



N<sub>ciudad</sub> = 379 (66,8% del total)

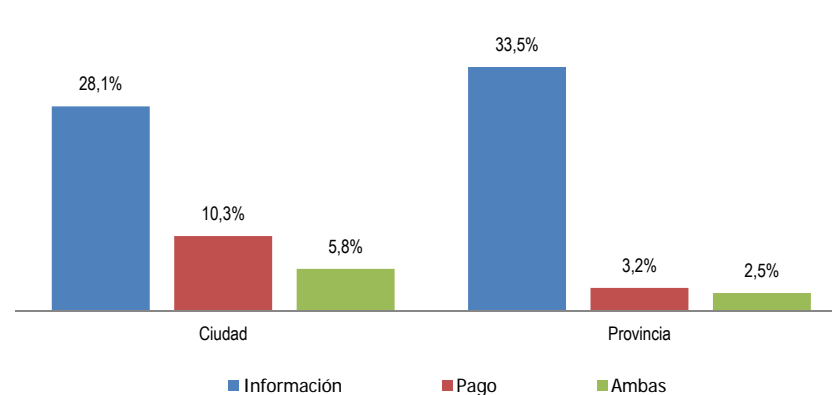
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Al ser **Internet** una de las principales fuentes de información, interesa conocer para que se ha utilizado. Cuando ha sido utilizada para buscar **información sobre transporte**, este medio se utilizó mayoritariamente tanto para la ciudad (62,5%) como para la provincia (88,8%), seguido de su uso como medio de Pago (22,2%) en visitantes de la Ciudad y para Información y Pago conjuntamente (6,2%) en visitantes de la Provincia (gráfico ES.8.1).

En cuanto a su utilización para buscar **información sobre alojamientos**, sigue la misma tendencia que en el uso sobre transporte. Cuando ha sido utilizada para buscar información sobre alojamiento, este medio se utilizó mayoritariamente tanto para la ciudad (53,8%) como para la provincia (81,6%), seguido de su uso como medio de Pago en alojamientos tanto en ciudad (33,3%) como en Provincia (10,2%) (gráfico ES.8.2).

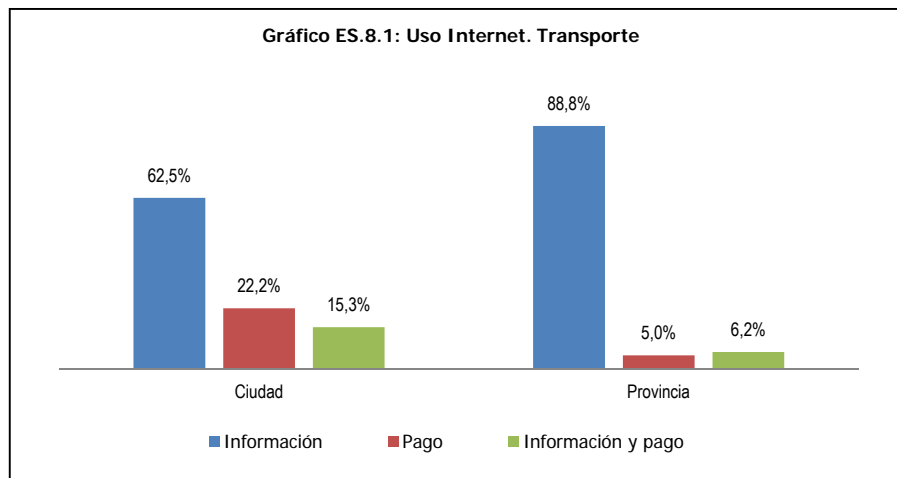
Finalmente, cuando es utilizado para localizar **información sobre actividades/horarios de visitas**, los que visitaron la ciudad lo utilizaron sólo para buscar información al respecto un 73,9% y un 91,7% por parte de los que visitaron la provincia (gráfico ES.8.3).

**Gráfico ES.8: Uso Internet**



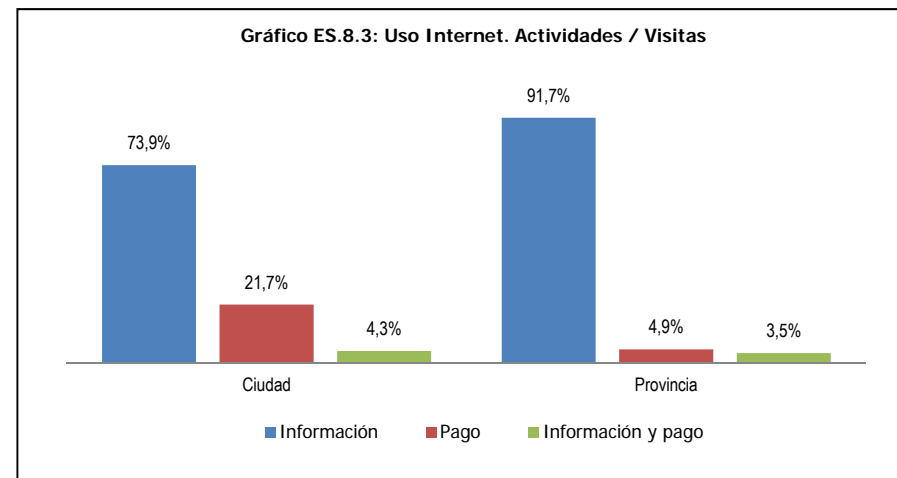
N<sub>ciudad</sub> = 167 (40,0% del total) y N<sub>provincia</sub> = 211 (37,2% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



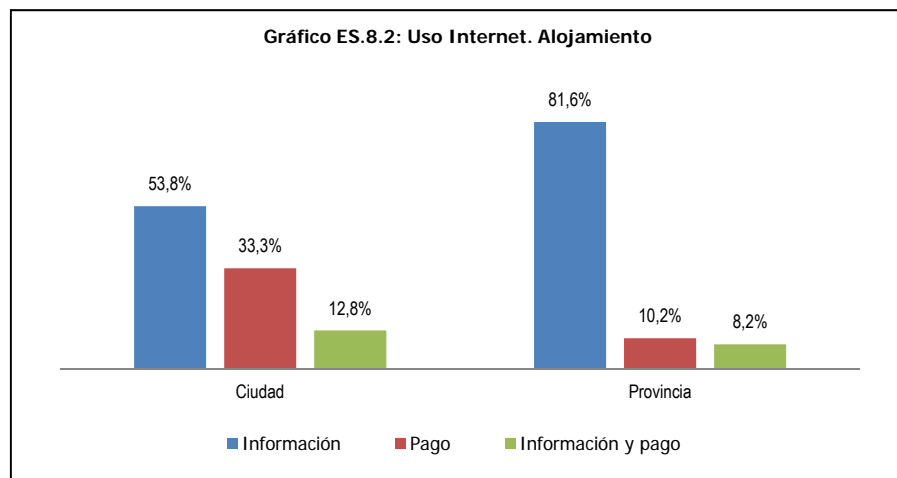
$N_{ciudad} = 72$  (17,3% del total) y  $N_{provincia} = 80$  (14,1% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 92$  (22,1% del total) y  $N_{provincia} = 144$  (25,4% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 117$  (28,1% del total) y  $N_{provincia} = 147$  (25,9% del total)

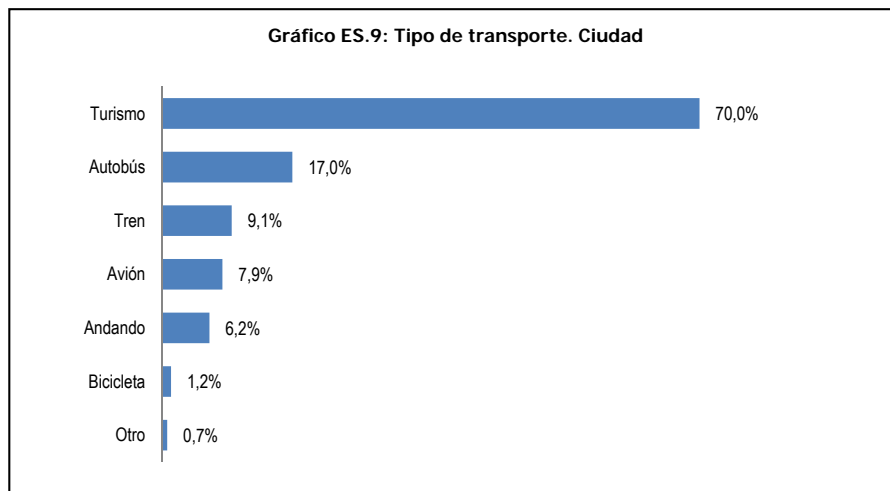
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Tabla ES.5: Uso de Internet**

	Transporte		Alojamiento		Actividades/Visitas	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
Información	62,5%	88,8%	53,8%	81,6%	73,9%	91,7%
Pago	22,2%	5,0%	33,3%	10,2%	21,7%	4,9%
Ambas	15,3%	6,2%	12,8%	8,2%	4,3%	3,5%

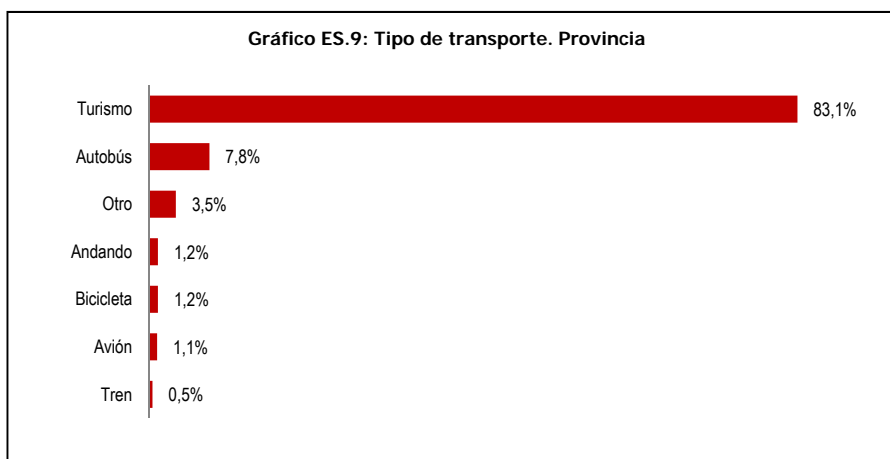
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En relación con el **medio de transporte** empleado para realizar el desplazamiento es mayoritariamente en ambos casos el "turismo" (70,0% en ciudad y 83,1% en provincia), seguido, pero con valores inferiores, del autobús tanto en ciudad (17,0%) como en provincia (7,8%) (gráfico ES.9).



N<sub>ciudad</sub> = 393 (94,2% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>provincia</sub> = 536 (94,5% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **modo de organización de la visita**, no se aprecian grandes diferencias entre visitantes de la ciudad y de la provincia, siendo sin contratación previa el método mayormente empleado por los visitantes de la ciudad (69,8%) y también por los de la provincia (46,2%) seguido de internet como método empleado por los visitantes de la ciudad (12,9%) y para los de la provincia (14,6%), siendo únicamente un 1,4% quienes organizan su visita a la ciudad por agencia de viajes y un 0,9% en la provincia (tabla ES.6).

**Tabla ES.6: Modo de Organización de la Visita**

	Visitantes de la...	
	Ciudad	Provincia
Agencia de viajes	1,4%	0,9%
Por teléfono	1,9%	5,5%
Por internet	12,9%	14,6%
Sin contratación previa	69,8%	46,2%
Otro	1,9%	2,6%

N<sub>ciudad</sub> = 354 (84,9% del total) y N<sub>provincia</sub> = 378 (66,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



#### 4.4 Visita

La tabla ES.7 ofrece una visión general de los aspectos relacionados con la visita: duración, pernoctaciones, itinerario, gastos, lugares visitados, etc...

	Ciudad	Provincia
Duración	4 o más días (39,6%)	1 día (37,8%)
Pernoctación	Si (82,9%)	Si (71,7%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,1%) 3 estrellas (31,4%) y 4 estrellas (64,8%)	Hotel (35,1%) 3 estrellas (29,3%) y 4 estrellas (58,7%)
Itinerario realizado	Sólo Burgos (66,7%)	Sólo Provincia (66,7%)
Principales gastos de la visita	Restauración (69,3%) y Bares / Cafeterías (53,7%)	Restauración (54,9%) y Bares / Cafeterías (46,2%)
Gasto total de la visita (persona/día)	<60€ (53,1%)	<60€ (51,8%)
Modo de comidas	Menú del Día (47,5%) y Tapas (30,0%)	Menú del día (34,4%) y A la Carta (21,7%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La **duración de la visita**, presenta diferencias significativas entre la ciudad y la provincia, así en la ciudad permanecieron 4 ó más días el 39,6% y tres días el 20,5%. En la provincia, un día permanecieron el 37,8% y dos días el 30,6% de los visitantes (tabla ES.8).

Acorde con la duración de la visita, se analizan las **pernoctaciones** (Si ó No) y el número de pernoctaciones que realizan los visitantes (sobre  $N_{ciudad}=386$  (92,6% del total) y  $N_{provincia}=481$  (84,8% del total)), destacando que un 82,9% de los visitantes de la ciudad sí pernoctan en Burgos, principalmente 1 ó 2 noches (38,9% y 35,4% respectivamente); mientras que un 71,1% de los visitantes de la provincia indican que si pernoctan, principalmente 1 ó 2 noches (28,7% y 55,8% respectivamente).

Tabla ES.8: Duración de la Visita

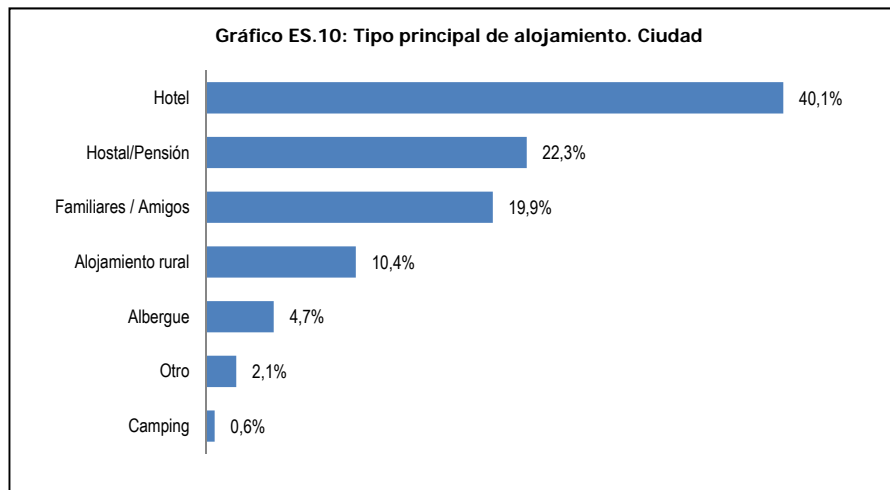
	Ciudad	Provincia
1 día	20,2%	37,8%
2 días	19,7%	30,6%
3 días	20,5%	22,8%
4 o más días	39,6%	8,7%

$N_{ciudad}=386$  (92,6% del total) y  $N_{provincia}=539$  (95,1% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

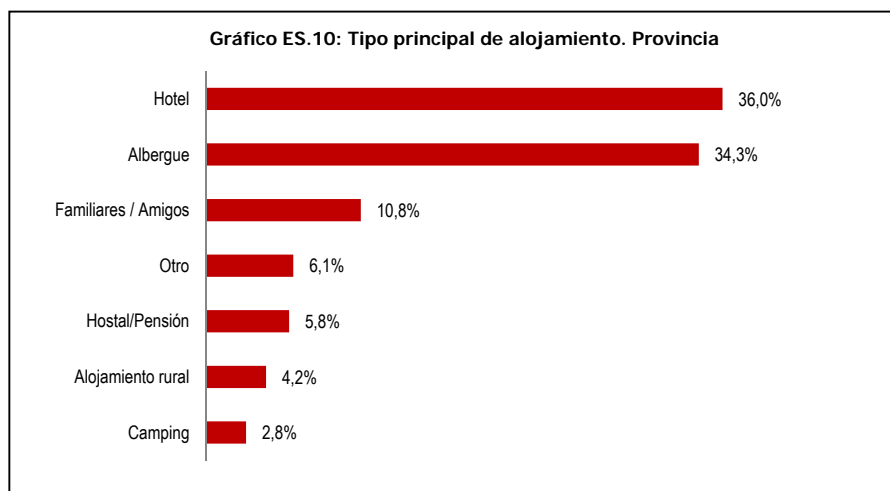
El **tipo de alojamiento** mayoritariamente elegido tanto en visitantes de la ciudad como de la provincia es el Hotel (40,1% y 36,0% respectivamente) de 4 estrellas (64,8% y 58,7% respectivamente) y 3 estrellas (31,4% y 29,3% respectivamente). El segundo tipo de alojamiento empleado en los visitantes de la ciudad es el Hostal / Pensión (22,3%), mientras que en los visitantes de la provincia el alojamiento rural (34,3%) (gráfico ES.10).





N<sub>ciudad</sub>=3370 (80,8% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>provincia</sub>=361 (63,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **itinerario realizado** más de la mitad de los visitantes entrevistados en la ciudad manifiestan que visitan únicamente la ciudad (66,7%), mientras que un 20,1% indican que visitan la ciudad y la provincia y un 3,4% indican que Burgos y otras ciudades. Entre los visitantes de la provincia un 66,7% indican que sólo visitan la provincia, un 18,5% la provincia y la ciudad de Burgos y un 3,5% indican que Burgos y otras ciudades.

En cuanto a los **principales gastos de la visita** la restauración continúa siendo el más indicado por los visitantes de la ciudad y provincia (69,3% y 54,9%, respectivamente) mientras que Bares / Cafeterías es el segundo tanto en visitantes de ciudad y de provincia (53,7% y 46,2%, respectivamente), destacando igualmente en este quinto periodo el alojamiento tanto en ciudad y provincia (46,8% y 35,6%, respectivamente). (tabla ES.9).

El **gasto total en la visita por persona y día** indica mayoritariamente un gasto menor de 60€ tanto en la ciudad (53,1%) como en la provincia (51,8%), notándose un incremento en este quinto periodo de los visitantes que indican gastar por persona y día entre 61 y 100€ tanto en visitantes de la ciudad y de la provincia (35,0% y 34,9% respectivamente) (tabla ES.10).

**Tabla ES.9: Principales Gastos de la Visita (%)**

	Ciudad	Provincia
Compras	22,8%	11,1%
Cultura/Ocio	19,7%	16,0%
Transporte	11,3%	9,3%
Alojamiento	48,6%	35,6%
Bares/Cafeterías	53,7%	46,2%
Restauración	69,3%	54,9%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



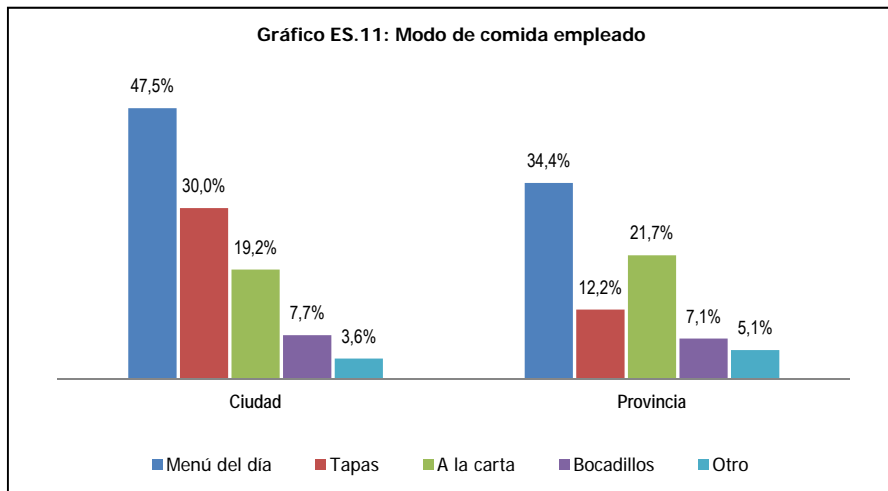
**Tabla ES.10: Gastos por persona / día**

	Ciudad	Provincia
< 60€	53,1%	51,8%
61 - 100€	35,0%	34,9%
101 - 150€	8,9%	7,4%
151 - 250€	1,7%	4,4%
> 250€	1,4%	1,5%

$N_{\text{ciudad}} = 360$  (86,3% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 390$  (68,8% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En los **modos de comida** más empleados se aprecian ligeras diferencias entre los visitantes de la provincia y los de la ciudad. Así, los visitantes de la ciudad, han utilizado “menú del día” (47,5%), seguido de “las tapas” (30,0%). En cuanto a los visitantes de la provincia, destaca por encima de todas las modalidades “el menú del día” (34,4%), seguido de la modalidad “a la carta” (21,7%) (gráfico ES.11).



Nota:  $N_{\text{ciudad}} = 3428$  (82,0% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 372$  (65,6% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En cuanto a la **satisfacción global** con la visita se ha de destacar que se mantienen las altas valoraciones realizadas por los visitantes, tanto en la ciudad como en la provincia (tabla ES.11). Sobre una escala de 1 a 5, se ha obtenido respectivamente una puntuación de 4,46 para la ciudad y 4,34 para la provincia, cifras casi idénticas a las obtenidas en los periodos de encuestación anteriores.

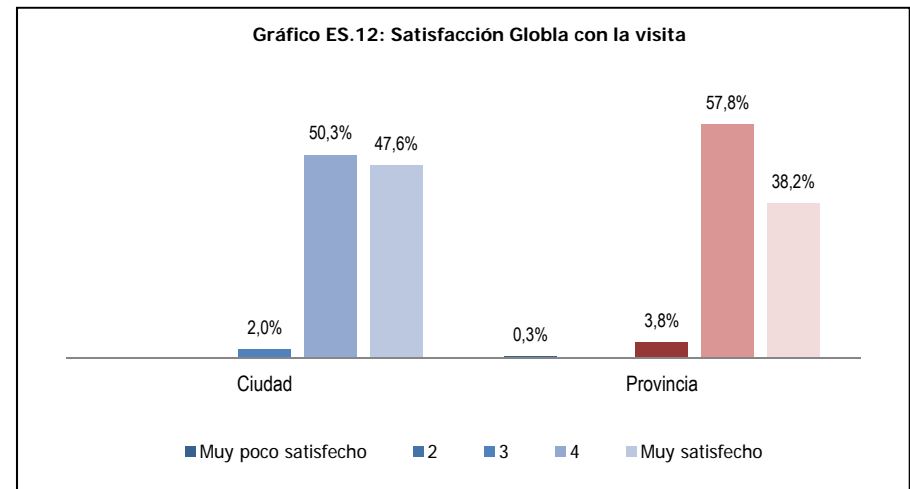
**Tabla ES.11: Descriptivos Satisfacción Global con la Visita**

Ciudad			Provincia		
N	Media	Desviación Típica	N	Media	Desviación Típica
296	4,46 sobre 5	0,538	393	4,34 sobre 5	0,575

Nota: ( $N_{\text{ciudad}} = 296$  (71,0% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 393$  (69,3% del total).

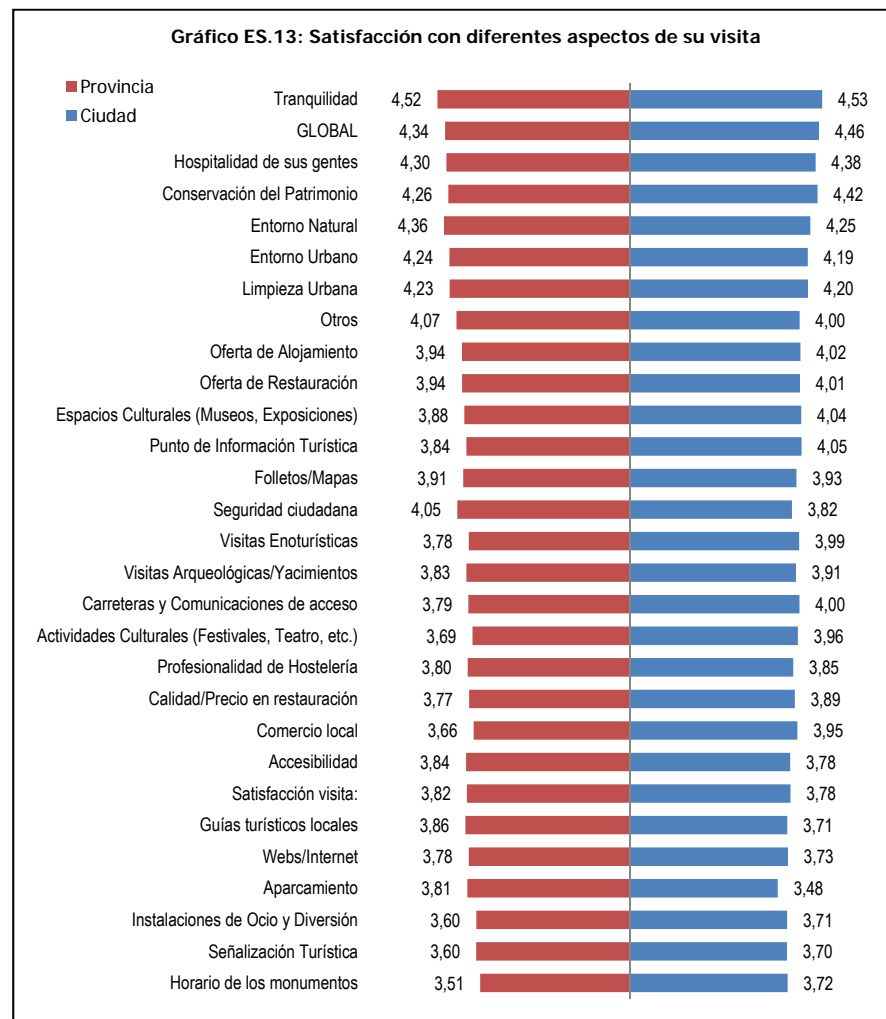
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En el gráfico ES.12 se observa, mediante la distribución de frecuencias, como se concentran las respuestas en los valores de “Bastante Satisfecho” (4) y “Muy Satisfecho” (5).



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Los visitantes, tanto de la ciudad como de la provincia, se mantienen altamente satisfechos con todos los aspectos considerados (medias en torno a 4 sobre 5 en todos los ítems). De todos los aspectos sobre los que se pregunta, destacan entre los visitantes de la ciudad aspectos como la tranquilidad (4,53), la conservación del patrimonio (4,42) y la hospitalidad de sus gentes (4,38) entre otros; mientras que entre los visitantes de la provincia se destacan aspectos como la tranquilidad (4,52), el entorno natural (4,36) y la hospitalidad de sus gentes (4,30) entre otros. Los aspectos de menor satisfacción entre los visitantes de la ciudad son el aparcamiento (3,48), la señalización turística (3,70) y las instalaciones de ocio y diversión (3,71), mientras que en los visitantes a provincia son el horario de los monumentos (3,51), las instalaciones de ocio y diversión y la señalización turística (3,60 respectivamente) (gráfico ES.13).



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

## 4.5 Fidelización

Para valorar **la fidelización de los visitantes** se realizan preguntas sobre recomendación del destino, la posibilidad de volver, etc... Igualmente también se recogen literalmente los servicios a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideran oportunas.

La conclusión al analizar estos aspectos sigue siendo el continuado mantenimiento durante los cinco periodos de los altos porcentajes de recomendación y de regreso al destino, destacando que el 99,7% de los visitantes de la ciudad y el 99,4% de los visitantes de la provincia recomienda este destino (gráfico ES.14 y gráfico ES.15); así mismo se mantienen muy elevados los porcentajes del potencial de atracción turística que tiene tanto la ciudad como la provincia (tabla ES.12).

**Tabla ES.12: Fidelización**

	Ciudad	Provincia
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas <small>N<sub>ciudad</sub> = 240 (57,6% del total) y N<sub>provincia</sub> = 308 (54,3% del total)</small>	27,9%	29,5%
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico <small>N<sub>ciudad</sub> = 375 (89,9% del total) y N<sub>provincia</sub> = 515 (90,8% del total)</small>	98,9%	97,7%
Intentaré volver a este destino <small>N<sub>ciudad</sub> = 371 (89,0% del total) y N<sub>provincia</sub> = 442 (78,0% del total)</small>	98,7%	98,2%
Recomendaría este destino <small>N<sub>ciudad</sub> = 377 (90,4% del total) y N<sub>provincia</sub> = 517 (91,2% del total)</small>	99,7%	99,4%

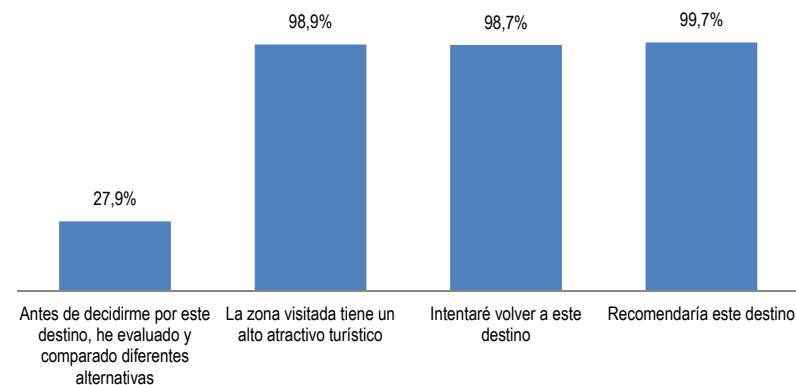
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Sonríe,  
es Burgos.

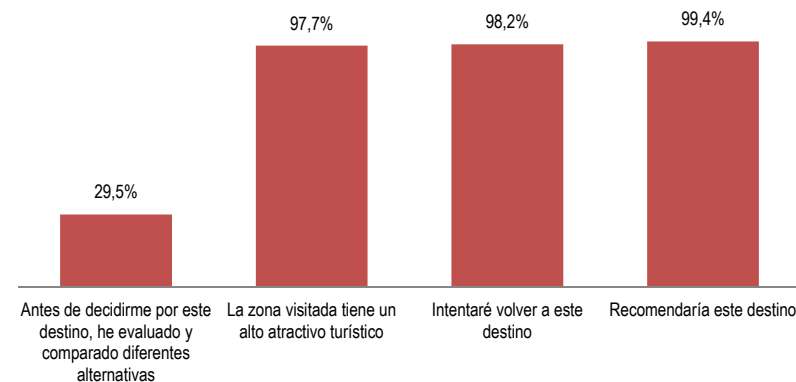


**Gráfico ES.14: Aspectos de fidelización . Ciudad**



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico ES.15: Aspectos de fidelización . Provincia**



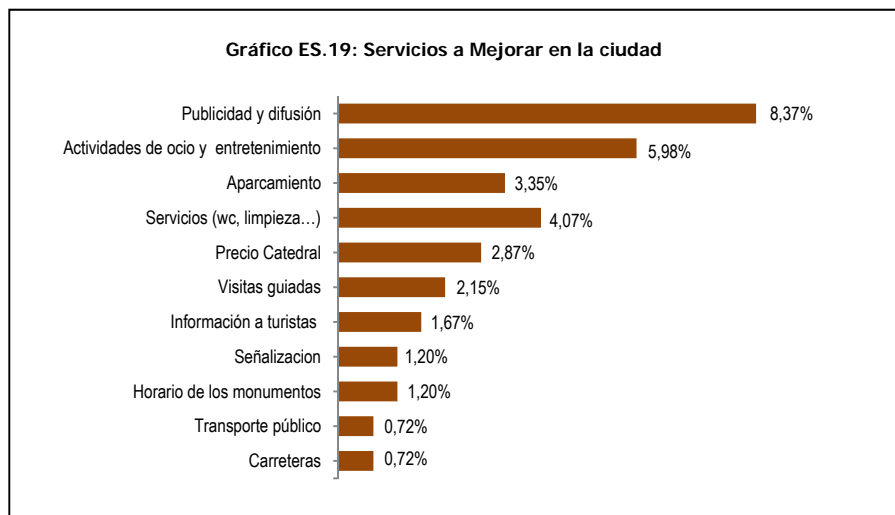
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

## 4.6 Mejoras

A continuación se muestran resultados categorizados a partir de las respuestas indicadas literalmente por los visitantes acerca de los servicios a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideren oportunas.

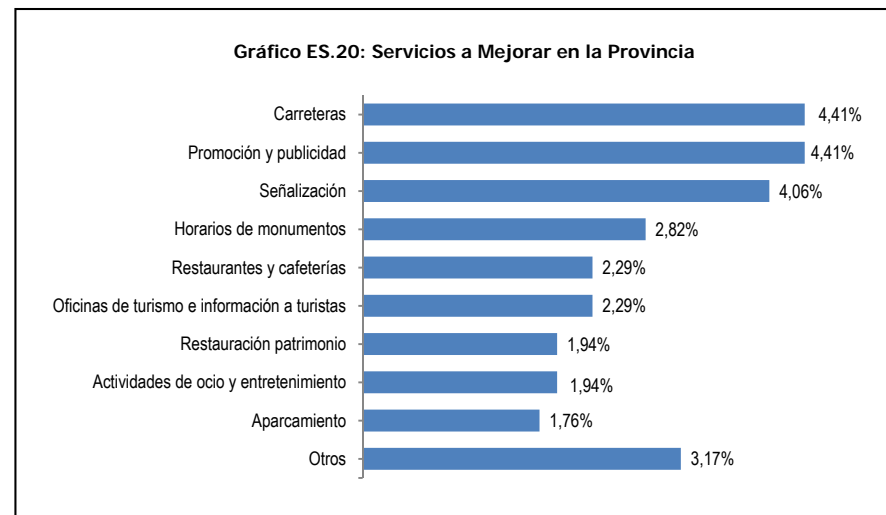
En la especificación de los servicios a mejorar existe una gran disparidad de opiniones, y en algunos casos, una excesiva concreción que hace difícil su análisis, por lo que deben tomarse con las correspondientes reservas.

**Servicios a mejorar en Burgos Ciudad.** Un 31,81% de los encuestados en la ciudad indica algún aspecto a mejorar, destacando entre estos aspectos la publicidad y promoción de la ciudad y las actividades de ocio. (Gráfico ES.19).

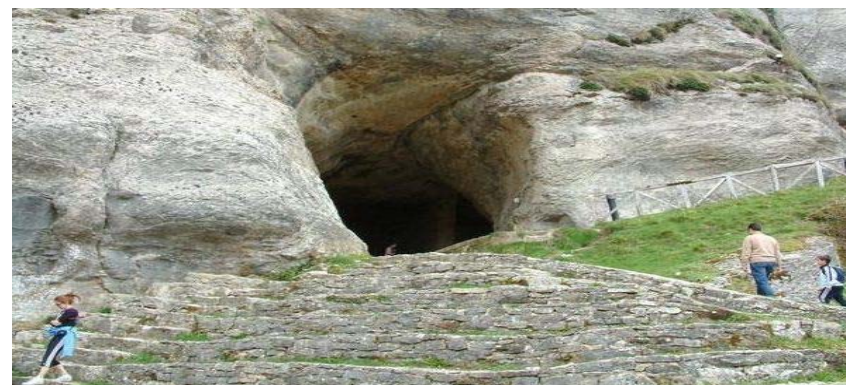


Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Servicios a mejorar en Burgos Provincia.** Un 29,10% de los encuestados en la provincia indica algún aspecto a mejorar, en el gráfico ES.20 vemos las principales mejoras sugeridas.



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB





## 4.7 Análisis Comparativo del Perfil y la Percepción del Visitante de la Ciudad y la Provincia de Burgos (2º y 5º Periodo de Encuestación)

### 4.7.1 Introducción

A continuación se analizan de manera comparativa los datos obtenidos, para el **segundo y el quinto periodo de encuestación comprendiendo** desde octubre de 2013 a enero de 2014 y desde octubre de 2014 a enero de 2015 respectivamente, a través de la encuesta personal a los turistas que han visitado Burgos (ciudad y provincia). Esta información nos permitirá conocer la existencia o no de diferencias estadísticamente significativas en los diferentes aspectos a investigar sobre el perfil sociodemográfico del turista, la forma de organizar su viaje, el uso de las nuevas tecnologías en todo el proceso, los motivos de su visita, las actividades realizadas o lugares visitados, su grado de satisfacción, sus recomendaciones/mejoras y su intención de volver o de recomendar la visita.

En el boletín número 1 se analizaba de manera estadística la diferencia o no de los resultados obtenidos en los periodos considerados realizándose los correspondientes contrastes de hipótesis estadísticas estableciendo que el valor de  $<p>$  se calcula desde el estadístico “t-Student” para las variables de escala, y “Chi-cuadrado de Pearson” para las categóricas, (teniendo en cuenta la Razón de verosimilitudes, Corrección por continuidad y Estadístico exacto de Fisher cuando proceda), y estableciendo de manera visual las siguientes categorías:

Diferencias significativas	nivel de $p < 0,05$ (nivel de confianza de dos desviaciones típicas $-2\sigma$ ; aproximadamente: 95%)
Diferencias menos significativas	nivel de $p < 0,32$ (nivel de confianza de una desviación típica $-1\sigma$ ; aproximadamente: 68%)
Diferencias no significativas	nivel de $p \geq 0,32$

En este informe final y dada la extensión que supondría unos análisis de este tipo para los dos periodos de encuestación y con tantas variables, hemos optado por presentar de manera gráfica los resultados obtenidos en cada uno de los periodos de encuestación para aquellos ítems donde con carácter general, pueden presentarse diferencias en cada uno de ellos ya que los resultados globales se han presentado en el apartado anterior.

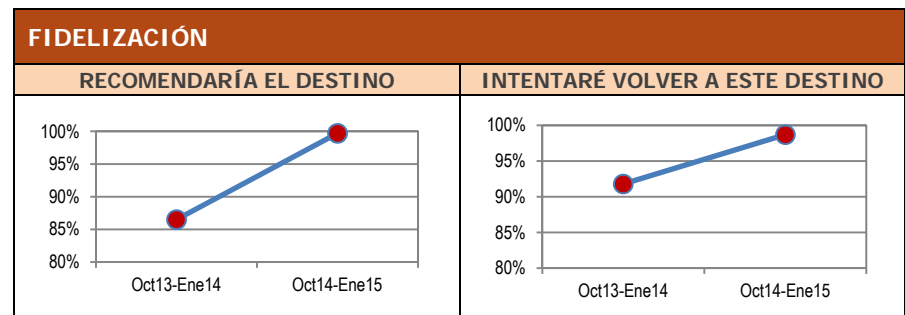
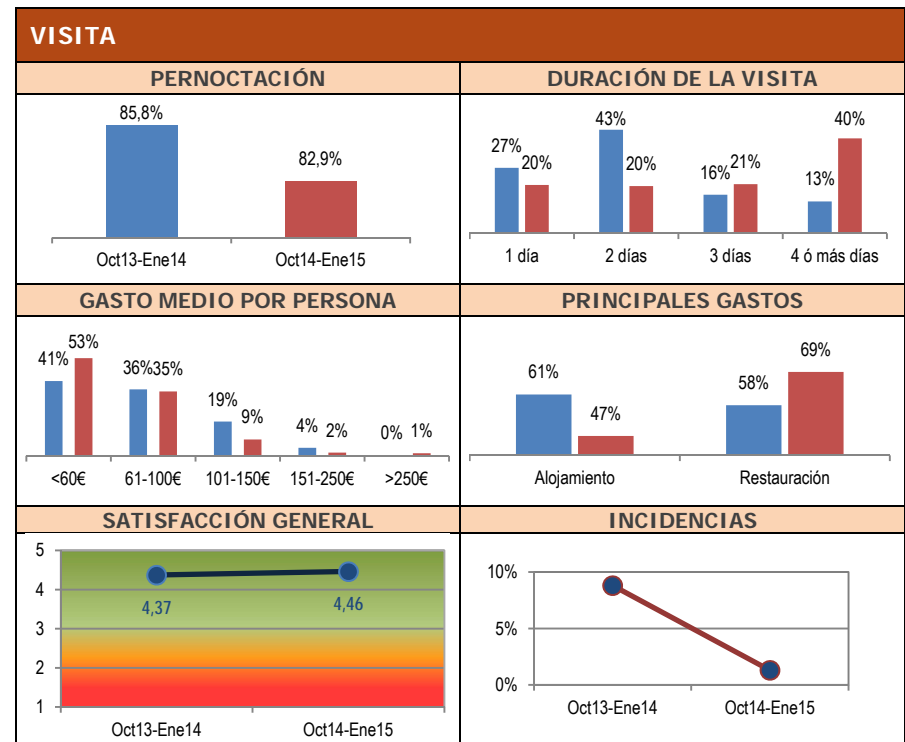
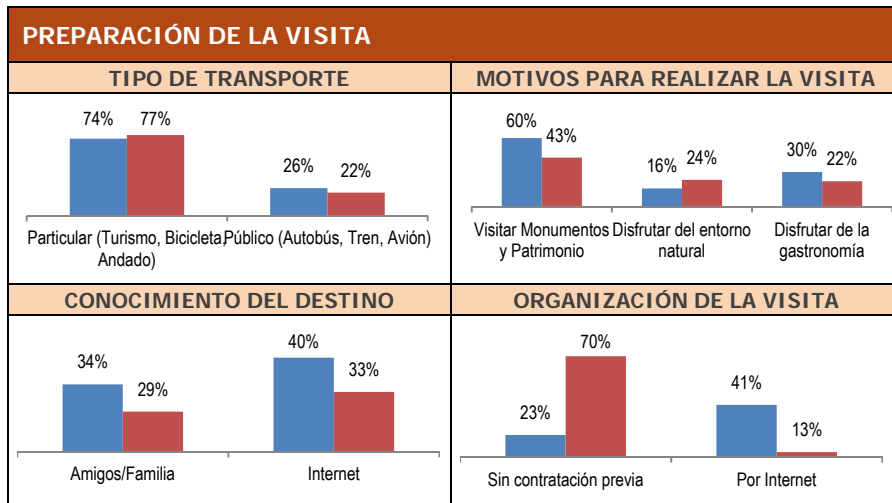
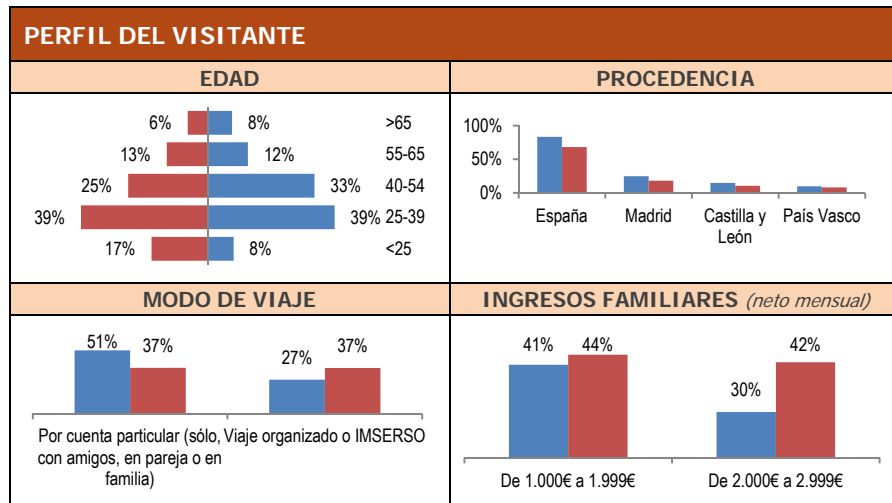
Por otro lado, consideramos que con la simple observación de las tablas y gráficos que figuran a continuación podemos visualizar los resultados, por lo que se ha optado por resumir esta información en las conclusiones finales de este documento.





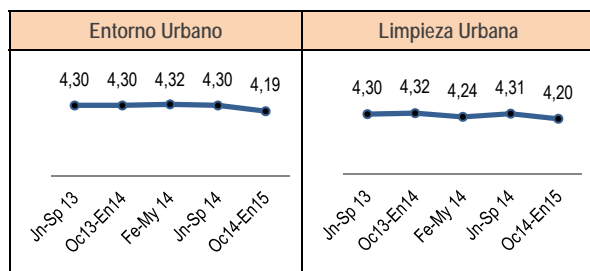
### 4.7.1 Análisis Comparativo de visitantes en Burgos Ciudad

En **Azul**: de Octubre de 2013 a Enero de 2014 y en **Rojo**: de Octubre de 2014 a Enero de 2015.



SATISFACCIÓN CON LOS ASPECTOS PARTICULARES																																						
<b>Carreteras y Comunicaciones de Acceso</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,88</td><td>3,97</td><td>3,61</td><td>4,18</td><td>4,00</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,88	3,97	3,61	4,18	4,00	<b>Actividades Culturales</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,67</td><td>3,76</td><td>4,23</td><td>4,04</td><td>3,96</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,67	3,76	4,23	4,04	3,96	<b>Señalización Turística</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,72</td><td>3,75</td><td>3,71</td><td>3,85</td><td>3,70</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,72	3,75	3,71	3,85	3,70
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,88	3,97	3,61	4,18	4,00																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,67	3,76	4,23	4,04	3,96																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,72	3,75	3,71	3,85	3,70																																	
<b>Espacios Culturales</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,97</td><td>4,09</td><td>4,30</td><td>4,22</td><td>4,04</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,97	4,09	4,30	4,22	4,04	<b>Visitas Arqueológicas / Yacimientos</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,00</td><td>4,07</td><td>3,55</td><td>4,10</td><td>3,91</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,00	4,07	3,55	4,10	3,91	<b>Instalaciones de Ocio y Diversión</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,71</td><td>3,66</td><td>4,08</td><td>3,73</td><td>3,71</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,71	3,66	4,08	3,73	3,71
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,97	4,09	4,30	4,22	4,04																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,00	4,07	3,55	4,10	3,91																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,71	3,66	4,08	3,73	3,71																																	
<b>Profesionalidad de Hostelería</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,12</td><td>4,05</td><td>4,04</td><td>3,90</td><td>3,85</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,12	4,05	4,04	3,90	3,85	<b>Punto de Información Turística</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,90</td><td>4,04</td><td>4,11</td><td>3,85</td><td>4,05</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,90	4,04	4,11	3,85	4,05	<b>Horario de los monumentos</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,60</td><td>3,52</td><td>3,08</td><td>3,63</td><td>3,72</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,60	3,52	3,08	3,63	3,72
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,12	4,05	4,04	3,90	3,85																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,90	4,04	4,11	3,85	4,05																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,60	3,52	3,08	3,63	3,72																																	
<b>Hospitalidad de sus gentes</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,18</td><td>4,29</td><td>4,41</td><td>4,43</td><td>4,38</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,18	4,29	4,41	4,43	4,38	<b>Conservación del Patrimonio</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,21</td><td>4,32</td><td>4,32</td><td>4,45</td><td>4,42</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,21	4,32	4,32	4,45	4,42	<b>Oferta de alojamiento</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,00</td><td>4,00</td><td>4,08</td><td>4,13</td><td>4,02</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,00	4,00	4,08	4,13	4,02
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,18	4,29	4,41	4,43	4,38																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,21	4,32	4,32	4,45	4,42																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,00	4,00	4,08	4,13	4,02																																	

<b>Oferta de Restauración</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,94</td><td>4,07</td><td>4,17</td><td>4,08</td><td>4,01</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,94	4,07	4,17	4,08	4,01	<b>Guía turísticos locales</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,74</td><td>3,62</td><td>3,65</td><td>3,93</td><td>3,71</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,74	3,62	3,65	3,93	3,71	<b>Seguridad ciudadana</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,04</td><td>4,10</td><td>4,34</td><td>4,09</td><td>3,82</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,04	4,10	4,34	4,09	3,82
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,94	4,07	4,17	4,08	4,01																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,74	3,62	3,65	3,93	3,71																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,04	4,10	4,34	4,09	3,82																																	
<b>Horarios comerciales</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,59</td><td>3,75</td><td>3,96</td><td>3,69</td><td>3,78</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,59	3,75	3,96	3,69	3,78	<b>Calidad / Precio en restauración</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,71</td><td>3,90</td><td>4,09</td><td>3,77</td><td>3,89</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,71	3,90	4,09	3,77	3,89	<b>Aparcamiento</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,34</td><td>3,53</td><td>3,41</td><td>3,79</td><td>3,48</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,34	3,53	3,41	3,79	3,48
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,59	3,75	3,96	3,69	3,78																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,71	3,90	4,09	3,77	3,89																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,34	3,53	3,41	3,79	3,48																																	
<b>Accesibilidad</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,56</td><td>3,75</td><td>3,53</td><td>3,90</td><td>3,78</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,56	3,75	3,53	3,90	3,78	<b>Comercio local</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,60</td><td>3,79</td><td>4,24</td><td>3,98</td><td>3,95</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,60	3,79	4,24	3,98	3,95	<b>Tranquilidad</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,22</td><td>4,27</td><td>4,19</td><td>4,36</td><td>4,53</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,22	4,27	4,19	4,36	4,53
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,56	3,75	3,53	3,90	3,78																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,60	3,79	4,24	3,98	3,95																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,22	4,27	4,19	4,36	4,53																																	
<b>Folletos / Mapas</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,99</td><td>4,08</td><td>4,19</td><td>4,05</td><td>3,93</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,99	4,08	4,19	4,05	3,93	<b>Webs / Internet</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>3,82</td><td>4,03</td><td>4,18</td><td>3,85</td><td>3,73</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	3,82	4,03	4,18	3,85	3,73	<b>Entorno Natural</b> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td></tr> <tr><th>Puntuación</th><td>4,38</td><td>4,29</td><td>4,22</td><td>4,33</td><td>4,25</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Puntuación	4,38	4,29	4,22	4,33	4,25
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,99	4,08	4,19	4,05	3,93																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	3,82	4,03	4,18	3,85	3,73																																	
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15																																	
Puntuación	4,38	4,29	4,22	4,33	4,25																																	



### Variaciones más significativas

Cabe destacar que del total de 27 aspectos a valorar, todos tienen puntuaciones por encima de 3,45 puntos sobre 5, con una media del total de los 27 de 3,96 sobre 5 para el periodo de Octubre de 2014 a Enero de 2015.

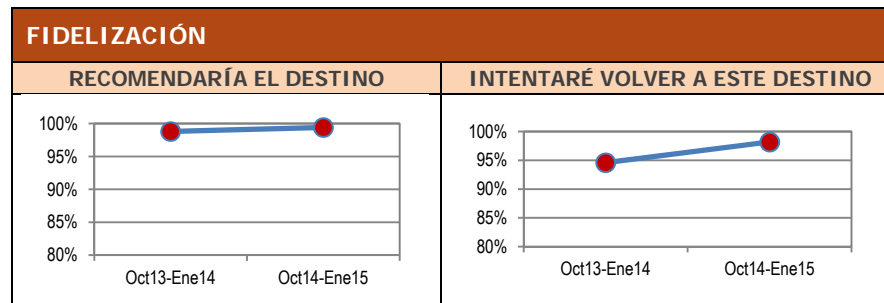
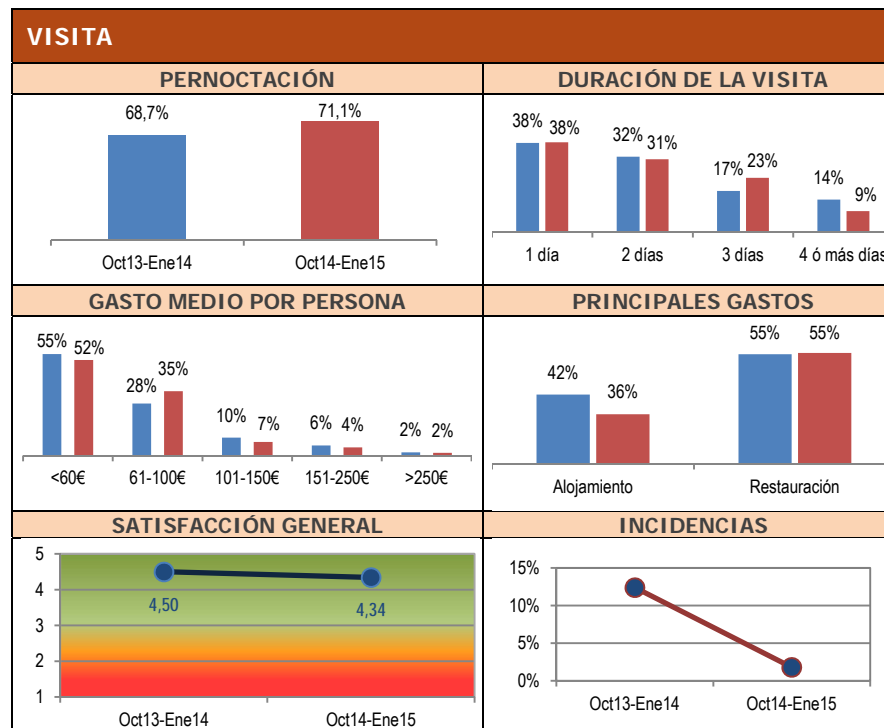
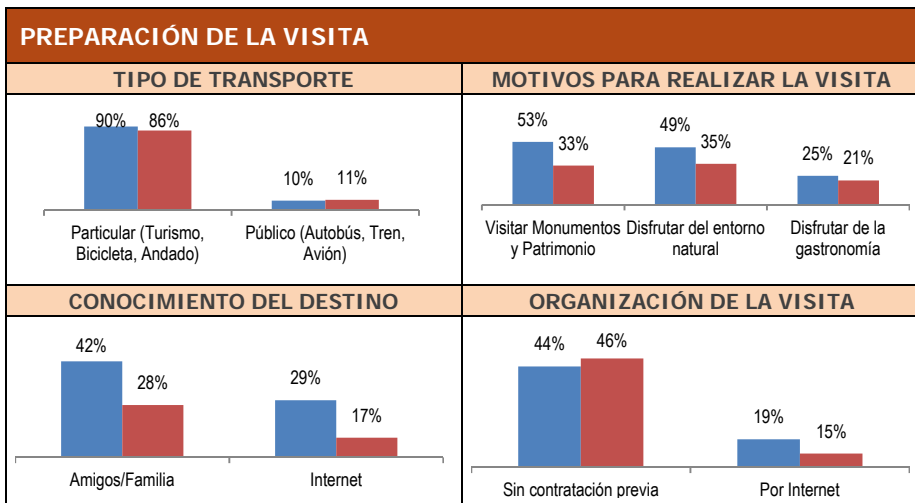
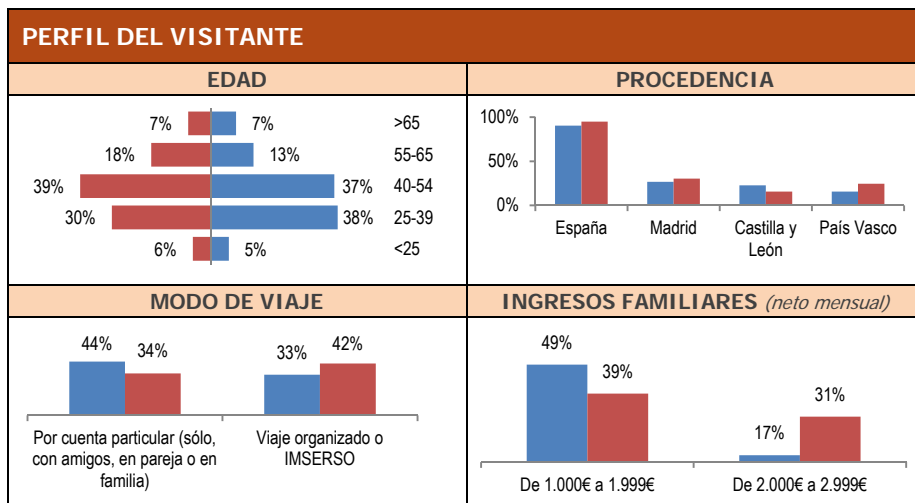
Los aspectos que durante los 5 periodos son valorados siempre con puntuaciones por encima de 4 sobre 5 puntos son 7 aspectos: Conservación del Patrimonio (*con media de satisfacción durante los 5 periodos de 4,34*), Entorno natural (*con media de 4,29*), Hospitalidad de sus gentes (*con media de 4,34*), Entorno urbano (*con media de 4,28*), Limpieza Urbana (*con media de 4,34*), Oferta de Alojamiento (*con media de 4,29*) y Tranquilidad (*con media de 4,31*).

Los aspectos que durante los 4 periodos son valorados con puntuaciones no tan positivas son: Horarios de los monumentos (*con media de satisfacción durante los 5 periodos de 3,51*) y Aparcamiento (*con media de 3,51*).



### 4.7.2 Análisis Comparativo de visitantes en Burgos Provincia

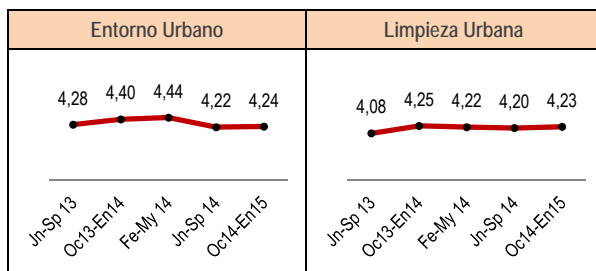
En **Azul**: de Octubre de 2013 a Enero de 2014 y en **Rojo**: de Octubre de 2014 a Enero de 2015.



SATISFACCIÓN CON LOS ASPECTOS PARTICULARES		
<b>Carreteras y Comunicaciones de Acceso</b>	<b>Actividades Culturales</b>	<b>Señalización Turística</b>
<p>3.63 3.72 3.46 3.72 3.79</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.55 3.74 3.68 3.65 3.69</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.55 3.67 3.58 3.65 3.60</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Espacios Culturales</b>	<b>Visitas Arqueológicas / Yacimientos</b>	<b>Instalaciones de Ocio y Diversión</b>
<p>3.67 3.99 4.15 3.90 3.88</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.74 4.09 4.11 3.93 3.83</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.39 3.53 3.63 3.63 3.60</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Profesionalidad de Hostelería</b>	<b>Punto de Información Turística</b>	<b>Horario de los monumentos</b>
<p>3.88 3.99 4.03 3.90 3.80</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.91 4.01 3.90 3.95 3.84</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.49 3.63 3.51 3.53 3.51</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Hospitalidad de sus gentes</b>	<b>Conservación del Patrimonio</b>	<b>Oferta de alojamiento</b>
<p>4.42 4.44 4.51 4.38 4.30</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.99 4.09 3.94 4.03 4.26</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.88 4.01 3.88 3.89 3.94</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>

<b>Oferta de Restauración</b>	<b>Guía turísticos locales</b>	<b>Seguridad ciudadana</b>
<p>3.91 4.02 4.04 3.90 3.94</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.97 4.27 4.14 3.87 3.86</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>4.06 4.40 4.50 4.29 4.05</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Horarios comerciales</b>	<b>Calidad / Precio en restauración</b>	<b>Aparcamiento</b>
<p>3.60 3.80 3.84 3.70 3.82</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.80 3.99 4.07 3.90 3.77</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.77 4.16 4.04 3.80 3.81</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Accesibilidad</b>	<b>Comercio local</b>	<b>Tranquilidad</b>
<p>3.83 3.97 3.76 3.86 3.84</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.57 3.89 4.07 3.68 3.66</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>4.49 4.61 4.48 4.53 4.52</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>
<b>Folleto / Mapas</b>	<b>Webs / Internet</b>	<b>Entorno Natural</b>
<p>3.90 4.18 4.11 4.05 3.91</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>3.77 3.98 4.10 3.83 3.78</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>	<p>4.49 4.63 4.55 4.47 4.36</p> <p>Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14 Oct14-En15</p>





### Variaciones más significativas

Cabe destacar que del total de 27 aspectos a valorar, todos tienen puntuaciones por encima de 3,5 puntos sobre 5, con una media del total de los 27 de 3,91 sobre 5 para el periodo de Octubre de 2014 a Enero de 2015.

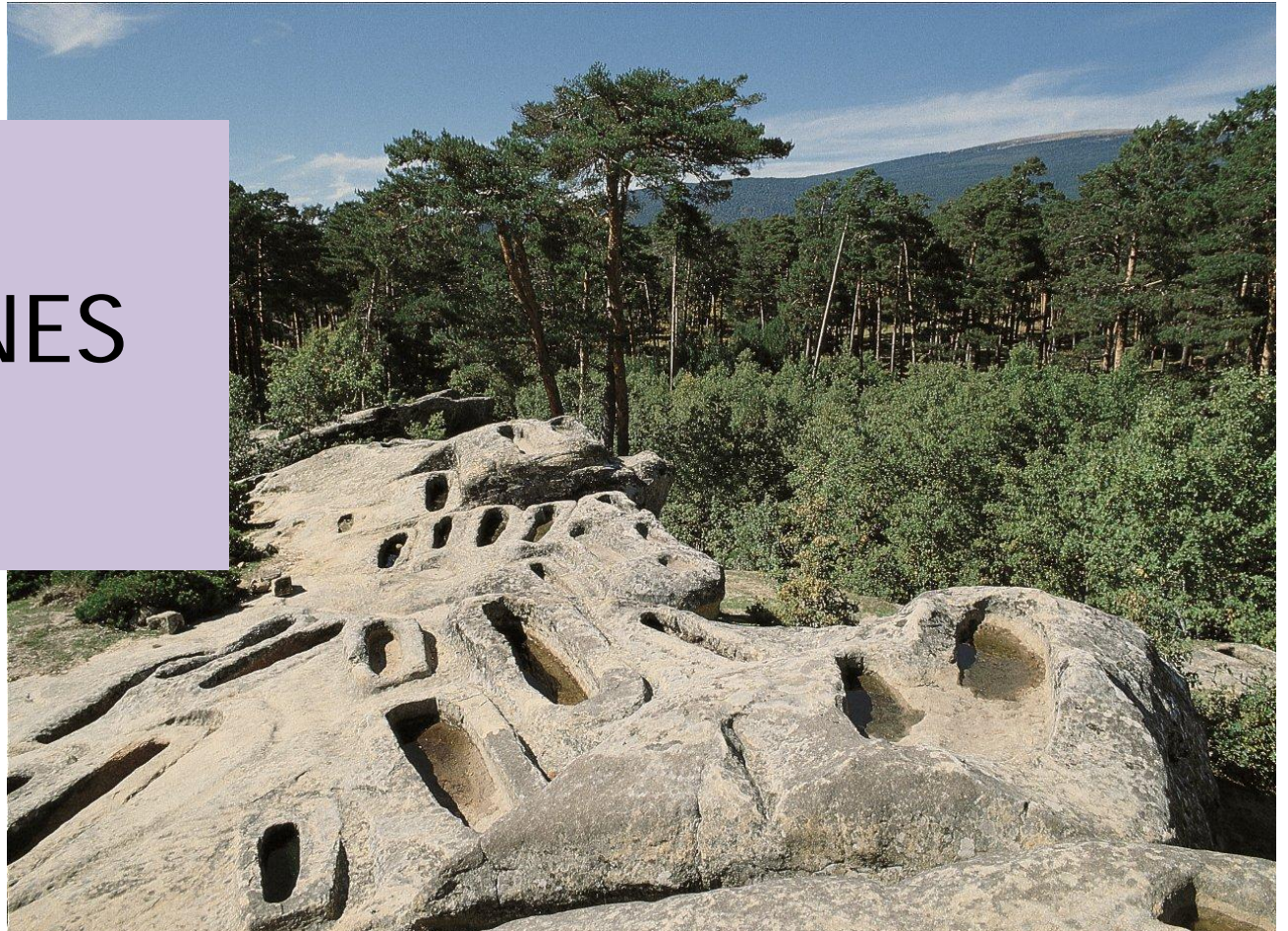
Los aspectos que durante los 5 periodos son valorados siempre con puntuaciones por encima de 4 sobre 5 puntos son 6 aspectos: Entorno natural (*con media de 4,50*), Hospitalidad de sus gentes (*con media de 4,41*), Entorno urbano (*con media de 4,32*), Limpieza Urbana (*con media de 4,20*), Seguridad Ciudadana (*con media de 4,26*) y Tranquilidad (*con media de 4,52*).

Los aspectos que durante los 5 periodos son valorados con puntuaciones no tan positivas son: Horarios de los monumentos (*con media de satisfacción durante los 5 periodos de 3,53*) e Instalaciones de Ocio y Diversión (*con media de 3,56*).





# 5 CONCLUSIONES



## 5. Conclusiones

1. En el año 2014 el **número de establecimientos hoteleros** (hoteles y hostales) en la provincia alcanzó los 197 establecimientos lo que supone un incremento del 7,07% en relación al año 2013, siendo este crecimiento mayor al experimentado en Castilla y León y en el conjunto nacional, este incremento también se ve reflejado en el incremento del **número de plazas hoteleras** en 418 lo que supone un aumento del 4,95% respecto al año 2013. El número de plazas hoteleras, ha experimentado un incremento de un 13,50% en relación al año base 2005. Este hecho junto con los datos positivos sobre el número de establecimientos, ponen de manifiesto la evolución de la oferta hotelera en esta última década. Sin embargo la oferta relacionada con los establecimientos de turismo rural y de restauración se ha estabilizado en el último año.

2. El incremento de los **viajeros** en Burgos es de un 6,37% durante los 12 meses de 2014 con respecto al año 2013, debido principalmente al aumento de turistas en la provincia 10,18%. El crecimiento observado en Burgos es superior al observado en Castilla y León (3,47%) y en España (4,51%); y también es mayor al de provincias como Cuenca (-3,5%), Salamanca (2,85%) aunque fue menor que el experimentado por Córdoba (7,90%) y León (7,14%).

3. Burgos también mantiene un incremento en el **número de pernoctaciones** durante el mismo periodo (3,04%), casi idéntico al de España (2,93%) y ligeramente superior al experimentado por Castilla y León (2,85%). Y al igual que con el número de viajeros, el incremento en el número de pernoctaciones en Burgos es superior al de Salamanca (1,69%), pero inferior al experimentado en Córdoba (6,57%), Cuenca (3,49) y León (4,53%).

4. En relación a los **alojamientos de turismo rural**, señalar que en 2014 se produce un importante crecimiento del número de viajeros en Burgos (17,91%) debido principalmente a turistas extranjeros, que incrementan su número en un 183,22% frente al año 2013. El aumento del número de viajeros en Burgos es superior al de España (11,40%) y Castilla y León (7,38%).

5. En el **empleo** en Burgos, el número medio de afiliados en hostelería en Régimen General 2014 ha aumentado considerablemente con respecto al año anterior (4,61%), disminuyendo, en cambio, los afiliados a la Seguridad en el R.E.T Autónomos (-1,19%). Se ha producido un crecimiento en términos globales del empleo, llegando a los 10.114,52 afiliados en el sector de la Hostelería en Burgos en diciembre de 2014, cifra superior a los valores observados en los 5 años anteriores.

6. Se ha producido un incremento del **número de visitantes** en la ciudad de Burgos en la mayoría de los puntos de interés destacando el 48,9% de incremento de los visitantes al CAB. De la misma forma se ha observado un incremento en el número de visitantes en los puntos de interés de la provincia, destacando el 30% en la ciudad romana de Clunia, el 7,45% en el Monasterio de Santo Domingo de Silos y el 49,79% en el Palacio de los Condes de Miranda en Peñaranda de Duero.

7. El **perfil** mayoritario del **visitante** de la ciudad de Burgos es de turistas con edades comprendidas entre los 25 y 39 años, de procedencia nacional y que viajan con viaje organizado. En la provincia el perfil más habitual del visitante sería turista entre 40 y 54 años también de procedencia nacional y que viaja en viaje organizado. En la organización del viaje, internet es el medio más utilizado para: consultar información sobre el destino (62,5% de los turistas de la ciudad y 88,8% de la provincia); para organizar la visita (12,9%% de los turistas de la ciudad y 14,6% de los de la provincia) y para conocer el destino (21,6%% de los turistas de la ciudad y el 16,6% de los de la provincia).

8. La duración de la **visita** presenta diferencias entre la ciudad y la provincia. En la ciudad permanecieron 4 o más días el 39,6% y tres días el 20,5%. En la provincia, un día permanecieron el 37,8% y dos días el 30,6% de los visitantes.

El **tipo de alojamiento** más elegido por los visitantes tanto en ciudad como en la provincia es el hotel (40,1% y 36,0% respectivamente) de 4 estrellas (64,8% y 58,7% respectivamente) y 3 estrellas (31,4% y 29,3% respectivamente).

En relación al **itinerario** realizado por los visitantes entrevistados, el 66,7% sólo visitan la ciudad, mientras que un 20,1% también visitan la provincia y un 3,4% indican que Burgos y otras ciudades.

La restauración continúa siendo el **principal gasto** de la visita de los visitantes de la ciudad y provincia (69,3% y 54,9% respectivamente). Bares /Cafeterías es el segundo más destacado por los visitantes tanto en ciudad como en provincia. El **gasto total en la visita** por persona y día es mayoritariamente inferior a 60€ tanto en la ciudad (53,1%) como en la provincia (51,8%). En este quinto periodo se aprecia un incremento de los visitantes que gastan por persona y día entre 61 y 100€ (35,0% y 34,9% respectivamente).

**9.** Un 31,81% de los encuestados en la ciudad indica algún **aspecto a mejorar**, destacando entre estos la publicidad y promoción de la ciudad, las actividades de ocio y el aparcamiento. En la provincia un 29,10% de los encuestados en la provincia indica algún aspecto a mejorar, destacando las carreteras, la promoción y publicidad así como la señalización.

**10.** La **satisfacción global** con la visita obtiene unas altas valoraciones realizadas por los visitantes, tanto en la ciudad (con un 4,46 sobre 5), como en la provincia (con un 4,34). Los aspectos mejor valorados en la ciudad y en la provincia son: la tranquilidad, la hospitalidad de sus gentes, la conservación del patrimonio y el entorno natural: mientras que los menos valorados son: los horarios de los monumentos, la señalización turística, las instalaciones de ocio y diversión y el aparcamiento.

**11.** Los porcentajes de **fidelización** obtenidos de los turistas son muy positivos. El 99,7% de los visitantes de la ciudad y el 99,4% de la provincia recomendarían este destino. El 98,7% de los turistas de la ciudad y el 98,2% de la provincia señalan su intención de repetir la visita.



# GLOSARIO DE TÉRMINOS





## Glosario de Términos

**Viajero (según el INE)** Es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

La **Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural** recoge información de los establecimientos que, según la normativa de cada comunidad autónoma, tienen la denominación de alojamientos de turismo rural.

**Alojamientos de turismo rural.** Aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma.

**La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)** mide la evolución de la oferta y ocupación en los alojamientos hoteleros a través del análisis de diversas variables: viajeros, pernoctaciones, grado de ocupación, número de establecimientos, estancia media, etc. Las unidades de análisis son todos los establecimientos hoteleros inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma.

**Establecimientos hoteleros** establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel-apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión,...).

**Excursionistas** personas que no pernoctan

**Índices o números índice.** Medida estadística que permite estudiar las fluctuaciones o variaciones de una o varias variables en relación al tiempo o al espacio tomando una de ellas como referencia. Al periodo inicial se le denomina periodo base o de referencia y se le asigna el valor 100, en cambio la situación que

deseamos comprobar se denomina periodo actual o corriente. Por ejemplo si el número de viajeros para 2012 con base 2005=100 fue igual a 95, se está afirmando que el número de viajeros en el 2012 fue inferior en un 5% al registrado en 2005.

**Grado de ocupación por habitaciones.** Relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el total de habitaciones disponibles.

**Grado de ocupación por plazas.** Relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas, incluyendo las camas supletorias, por los días a que se refieren las pernoctaciones. Se entiende por camas supletorias todas aquellas que no tengan carácter fijo y que no estén en las plazas declaradas oficialmente por el establecimiento y que constan en el directorio.

**Pernoctaciones o plazas ocupadas.** Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Al igual que en la entrada de viajeros, las plazas ocupadas se desglosan según el lugar de residencia.

**Estancia media.** Es la aproximación al número de días que, por término medio, los viajeros permanecen en los establecimientos y se calcula como el cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.

**Plazas estimadas.** El número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos abiertos de temporada. El número de plazas equivale al número de camas fijas del establecimiento. No se incluyen, por tanto, las supletorias, y las de matrimonio dan lugar a dos plazas

**Restauración.** Se entiende por establecimientos de restauración aquellos locales abiertos al público que tienen como actividad principal suministrar de manera habitual y mediante precio comidas y bebidas para que sean consumidos. Esta actividad será compatible con la venta de comidas para llevar, siempre que se cumplan las disposiciones que regulan esta actividad.

**Muestreo aleatorio estratificado.** Se divide a una población de N individuos en grupos o estratos atendiendo a criterios que puedan ser importantes en el estudio (en nuestro caso las comarcas que forman Burgos) y realizando en cada uno muestreos aleatorios simples ya que se considera que cada estrato funciona de forma independiente a los demás.

**Muestreo aleatorio simple.** Proceso estadístico que consiste en la extracción de elementos de una población N con la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra

**Índice de potencialidad turística.** Suma ponderada de diferentes aspectos importantes para el turista como recursos turísticos (recursos naturales o paisajísticos, monumentos, fiestas y folclore), accesibilidad al destino (autovías, autopistas, carretera nacional, carretera comarcal y tren) y equipamiento turístico (plazas en hoteles, hostales, casas rurales y establecimientos de restauración).

**Error muestral.** Error que se comete debido al hecho de que se sacan conclusiones sobre una población, a partir de la observación de una muestra N.

**Desviación típica.** La desviación típica es una medida del grado de dispersión de los datos con respecto al valor promedio. Dicho de otra manera, la desviación estándar es simplemente el "promedio" o variación esperada con respecto a la media aritmética.

**Media aritmética.** Es el promedio de los datos que representa el valor que tendrían todos los datos si fuesen iguales. Se calcula sumando los datos y dividiéndolo entre el número de datos sumados.



**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*  
*Tfños: 947 258962 y 634 265144*  
*E-mail: [otb@ubu.es](mailto:otb@ubu.es)*



**Diputación de Burgos**