

# OBSERVATORIO DE TURISMO

## DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS



Año 1, Boletín N° 3, Diciembre 2014



Diputación  
de Burgos



Diputación  
de Burgos

BOLETÍN DEL OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS  
Año 1 Nº 3 Burgos, Diciembre 2014

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

COORDINA:  
Pablo Arranz Val

ELABORADO POR:  
Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

Arturo Alvear González  
Santiago Aparicio Castillo  
Pablo Arranz Val



Alicia Izquierdo Yusta  
Fernando Lara Ortega  
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

Presentación.....	5
1. Indicadores de la Demanda.....	7
1.1 Indicadores de la Demanda.....	7
1.1.1 En Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.1.2 En Alojamientos de Turismo Rural	
1.1.3 Comparación con otras provincias	
2. Empleo en Hostelería en Burgos.....	22
3. Confianza Empresarial.....	27
4. Análisis del Perfil y Percepción del visitante de la ciudad y la provincia de Burgos.....	36
4.1 Ficha Técnica.....	36
4.2 Perfil del visitante.....	37
4.3 Preparación de la visita.....	39
4.4 Visita.....	45
4.5 Fidelización.....	49
5. Análisis Comparativo del Perfil y la Percepción del visitante de la ciudad y la provincia de Burgos (primero y cuarto periodo de encuestación).....	51
6. Conclusiones.....	59
Glosario de Términos.....	62



## Presentación

En este Boletín número 3, correspondiente al período Junio – Septiembre del 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 datos sobre demanda y empleo de los nueve primeros 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 de 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.

Dando continuidad a los resultados presentados en el boletín N° 2, aportamos el Índice de Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos (ICTBU), obtenido a través de 193 encuestas telefónicas realizadas a responsables de establecimientos pertenecientes tanto al sector de la hostelería como de la restauración, de la ciudad y provincia de Burgos, diferenciando entre el indicador de situación y el indicador de expectativas para casa uno de los subsectores.

Para el análisis de la satisfacción de los turistas en este cuarto periodo de encuestación –junio a septiembre de 2014- se han realizado 1.129 encuestas a los turistas (559 en la ciudad y 570 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 primero y cuarto (datos: Junio – Septiembre 2013 y Junio – Septiembre 2014).

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 DEMANDA



# 1. Indicadores de la Demanda

## 1.1 Indicadores de la Demanda

En este apartado, como en los boletines precedentes, 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).

### 1.1.1 En Establecimientos hoteleros en Burgos

Los datos de la tabla 1.1 muestran la evolución de la demanda durante el periodo 2012-2014, expresado en términos de variación anual, durante los nueve primeros meses del periodo analizado. Estos datos están basados en relación con los **viajeros registrados en establecimientos hoteleros**.

En primer lugar, debemos destacar el importante incremento que ha supuesto durante los nueve primeros meses de 2014, en relación a 2013. Este aumento ha venido determinado por la afluencia de turistas nacionales.

En segundo lugar, este incremento registrado es superior en Burgos al valor global registrado en la Comunidad de Castilla y León, más de dos puntos por encima. Finalmente, la variación del año 2014 en Burgos a nivel global es también superior a la variación a nivel nacional en este mismo año.



**Tabla 1.1: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Comparación**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	361.375	359.472	387.797	-0,53%	7,88%
	Extranjeros	191.322	205.407	210.002	7,36%	2,24%
	<b>Total</b>	<b>552.697</b>	<b>564.879</b>	<b>597.799</b>	<b>2,20%</b>	<b>5,83%</b>
Castilla y León	Nacionales	2.371.541	2.383.293	2.447.478	0,50%	2,69%
	Extranjeros	684.287	736.844	776.167	7,68%	5,34%
	<b>Total</b>	<b>3.055.828</b>	<b>3.120.137</b>	<b>3.223.645</b>	<b>2,10%</b>	<b>3,32%</b>
España	Nacionales	34.099.566	33.247.920	34.717.358	-2,50%	4,42%
	Extranjeros	32.497.765	33.333.115	34.776.238	2,57%	4,33%
	<b>Total</b>	<b>66.597.331</b>	<b>66.581.035</b>	<b>69.493.596</b>	<b>-0,02%</b>	<b>4,37%</b>

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

En la tabla 1.2 y en el gráfico 1.1 podemos ver la evolución de la demanda pero esta vez comparando los datos de Burgos con provincias muy similares a la nuestra. Así, debemos destacar que Burgos ocupa la tercera posición en cuanto al número de viajeros, siendo Córdoba la que se encuentra en la primera posición.

Es relevante el hecho de que el incremento de viajeros en Burgos se encuentra por delante de León, y de manera muy destacada por delante de Salamanca, la cual ha sufrido una recesión en el número de viajeros. Siendo Burgos quien cuenta con más extranjeros que Salamanca y León.

Otro aspecto a destacar es que mientras el incremento de Burgos y León en el número de visitantes se debe a turistas nacionales, en Córdoba se debe a turistas de procedencia extranjera.

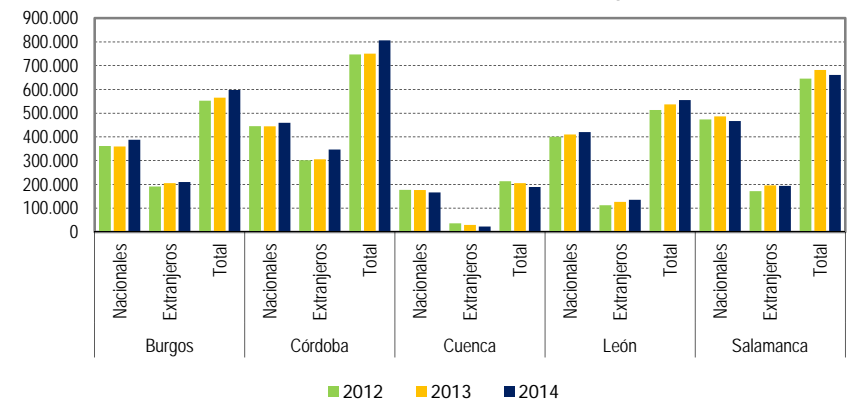
**Tabla 1.2: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 -2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	361.375	359.472	387.797	-0,53%	7,88%
	<b>Extranjeros</b>	191.322	205.407	210.002	7,36%	2,24%
	<b>Total</b>	<b>552.697</b>	<b>564.879</b>	<b>597.799</b>	<b>2,20%</b>	<b>5,83%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	445.162	444.762	459.621	-0,09%	3,34%
	<b>Extranjeros</b>	301.918	305.553	346.538	1,20%	13,41%
	<b>Total</b>	<b>747.080</b>	<b>750.315</b>	<b>806.159</b>	<b>0,43%</b>	<b>7,44%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	177.220	175.986	166.221	-0,70%	-5,55%
	<b>Extranjeros</b>	36.110	29.612	22.801	-18,00%	-23,00%
	<b>Total</b>	<b>213.329</b>	<b>205.598</b>	<b>189.022</b>	<b>-3,62%</b>	<b>-8,06%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	401.033	409.875	420.110	2,20%	2,50%
	<b>Extranjeros</b>	112.334	126.777	135.097	12,86%	6,56%
	<b>Total</b>	<b>513.367</b>	<b>536.652</b>	<b>555.207</b>	<b>4,54%</b>	<b>3,46%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	473.396	486.185	466.684	2,70%	-4,01%
	<b>Extranjeros</b>	171.692	195.712	194.087	13,99%	-0,83%
	<b>Total</b>	<b>645.088</b>	<b>681.895</b>	<b>660.770</b>	<b>5,71%</b>	<b>-3,10%</b>

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



**Gráfico 1.1: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 -2014). Datos Provinciales Comparados**



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





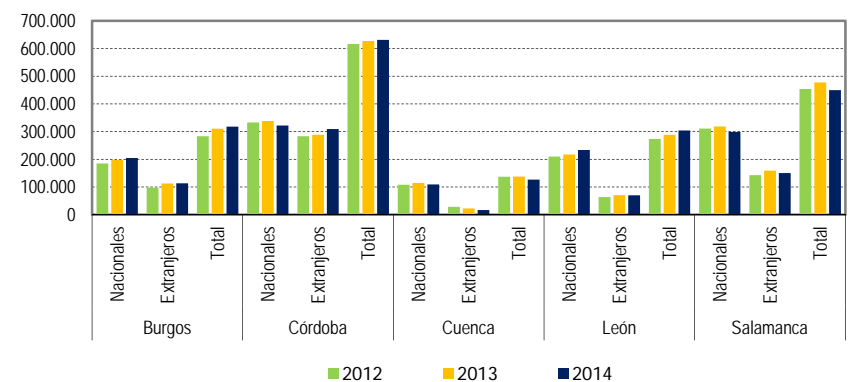
**Tabla 1.3: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Comparados sólo Capitales de Provincia**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	185.306	197.770	204.466	6,73%	3,39%
	<b>Extranjeros</b>	97.776	112.903	113.641	15,47%	0,65%
	<b>Total</b>	<b>283.082</b>	<b>310.673</b>	<b>318.107</b>	<b>9,75%</b>	<b>2,39%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	333.101	338.409	321.967	1,59%	-4,86%
	<b>Extranjeros</b>	283.118	288.778	309.263	2,00%	7,09%
	<b>Total</b>	<b>616.219</b>	<b>627.187</b>	<b>631.230</b>	<b>1,78%</b>	<b>0,64%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	108.448	114.854	109.374	5,91%	-4,77%
	<b>Extranjeros</b>	28.724	22.685	17.111	-	-24,57%
	<b>Total</b>	<b>137.172</b>	<b>137.539</b>	<b>126.485</b>	<b>0,27%</b>	<b>-8,04%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	209.743	217.595	233.825	3,74%	7,46%
	<b>Extranjeros</b>	63.929	70.880	70.359	10,87%	-0,74%
	<b>Total</b>	<b>273.672</b>	<b>288.475</b>	<b>304.184</b>	<b>5,41%</b>	<b>5,45%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	311.004	318.668	299.024	2,46%	-6,16%
	<b>Extranjeros</b>	142.842	159.025	150.487	11,33%	-5,37%
	<b>Total</b>	<b>453.846</b>	<b>477.693</b>	<b>449.511</b>	<b>5,25%</b>	<b>-5,90%</b>

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



**Gráfico 1.2: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 - 2014). Datos Comparados sólo Capitales de Provincia**



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

La tabla 1.3 y el gráfico 1.2, muestran la **evolución de los viajeros** sólo en las capitales de provincia.

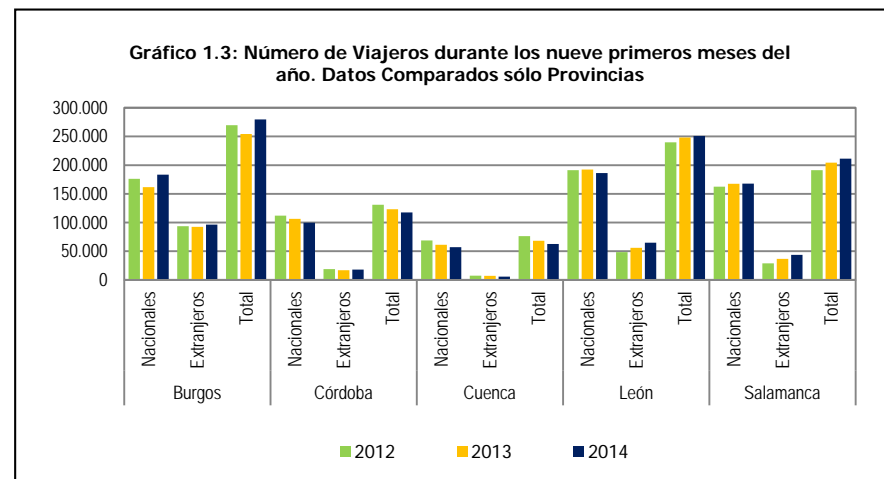
En primer lugar, debemos destacar que en los primeros nueve meses de 2014, Burgos ha experimentado un incremento de un 2,39%, debido fundamentalmente a los turistas naciones. Este incremento fue inferior al del año 2013 (9,75%). Este buen dato se debió a la llegada de turistas extranjeros. En segundo lugar, se debe señalar, que a nivel de capital de provincia, León registra el mayor incremento, debido a los turistas nacionales y que Córdoba y Cuenca experimentan disminuciones provocadas por ambos tipos de viajeros.



**Tabla 1.4: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Comparados sólo Provincias**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	176.069	161.702	183.331	-8,16%	13,38%
	Extranjeros	93.546	92.504	96.361	-1,11%	4,17%
	<b>Total</b>	<b>269.615</b>	<b>254.206</b>	<b>279.692</b>	<b>-5,72%</b>	<b>10,03%</b>
Córdoba	Nacionales	112.061	106.353	99.515	-5,09%	-6,43%
	Extranjeros	18.800	16.775	17.880	-10,77%	6,59%
	<b>Total</b>	<b>130.861</b>	<b>123.128</b>	<b>117.395</b>	<b>-5,91%</b>	<b>-4,66%</b>
Cuenca	Nacionales	68.772	61.132	56.847	-11,11%	-7,01%
	Extranjeros	7.386	6.927	5.690	-6,21%	-17,86%
	<b>Total</b>	<b>76.157</b>	<b>68.059</b>	<b>62.537</b>	<b>-10,63%</b>	<b>-8,11%</b>
León	Nacionales	191.290	192.280	186.285	0,52%	-3,12%
	Extranjeros	48.405	55.897	64.738	15,48%	15,82%
	<b>Total</b>	<b>239.695</b>	<b>248.177</b>	<b>251.023</b>	<b>3,54%</b>	<b>1,15%</b>
Salamanca	Nacionales	162.392	167.517	167.660	3,16%	0,09%
	Extranjeros	28.850	36.687	43.600	27,16%	18,84%
	<b>Total</b>	<b>191.242</b>	<b>204.204</b>	<b>211.260</b>	<b>6,78%</b>	<b>3,46%</b>

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 pernoctaciones** realizadas durante el periodo 2012-2014, la tabla 1.5, muestra unos datos bastante satisfactorios, si se compara con los datos obtenidos en 2013, en el mismo periodo de tiempo. Vemos que España y Burgos presentan un incremento de las pernoctaciones prácticamente igual.

Finalmente, debemos destacar que este aumento viene dado en Burgos principalmente por los turistas nacionales, siendo en cambio, provocado en mayor medida en Castilla y León por los turistas extranjeros.



**Tabla 1.5: Número de Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Comparación**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	594.635	570.113	594.096	-4,12%	4,21%
	Extranjeros	237.608	265.222	264.690	11,62%	-0,20%
	<b>Total</b>	<b>832.243</b>	<b>835.335</b>	<b>858.786</b>	<b>0,37%</b>	<b>2,81%</b>
Castilla y León	Nacionales	4.027.470	4.014.400	4.058.157	-0,32%	1,09%
	Extranjeros	991.877	1.047.063	1.133.091	5,56%	8,22%
	<b>Total</b>	<b>5.019.347</b>	<b>5.061.463</b>	<b>5.191.248</b>	<b>0,84%</b>	<b>2,56%</b>
España	Nacionales	83.722.369	81.125.916	83.960.708	-3,10%	3,49%
	Extranjeros	146.774.920	151.205.092	155.095.681	3,02%	2,57%
	<b>Total</b>	<b>230.497.289</b>	<b>232.331.008</b>	<b>239.056.389</b>	<b>0,80%</b>	<b>2,89%</b>

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



**Tabla 1.6: Número de Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	594.635	570.113	594.096	-4,12%	4,21%
	Extranjeros	237.608	265.222	264.690	11,62%	-0,20%
	<b>Total</b>	<b>832.243</b>	<b>835.335</b>	<b>858.786</b>	<b>0,37%</b>	<b>2,81%</b>
Córdoba	Nacionales	774.589	751.484	766.317	-2,98%	1,97%
	Extranjeros	457.789	451.588	510.105	-1,35%	12,96%
	<b>Total</b>	<b>1.232.378</b>	<b>1.203.072</b>	<b>1.276.422</b>	<b>-2,38%</b>	<b>6,10%</b>
Cuenca	Nacionales	280.440	284.506	276.176	1,45%	-2,93%
	Extranjeros	51.704	41.553	36.978	-19,63%	-11,01%
	<b>Total</b>	<b>332.144</b>	<b>326.059</b>	<b>313.154</b>	<b>-1,83%</b>	<b>-3,96%</b>
León	Nacionales	682.260	703.232	675.281	3,07%	-3,97%
	Extranjeros	148.179	166.945	185.681	12,66%	11,22%
	<b>Total</b>	<b>830.439</b>	<b>870.177</b>	<b>860.962</b>	<b>4,79%</b>	<b>-1,06%</b>
Salamanca	Nacionales	855.126	882.883	866.722	3,25%	-1,83%
	Extranjeros	270.828	287.547	309.929	6,17%	7,78%
	<b>Total</b>	<b>1.125.954</b>	<b>1.170.430</b>	<b>1.176.651</b>	<b>3,95%</b>	<b>0,53%</b>

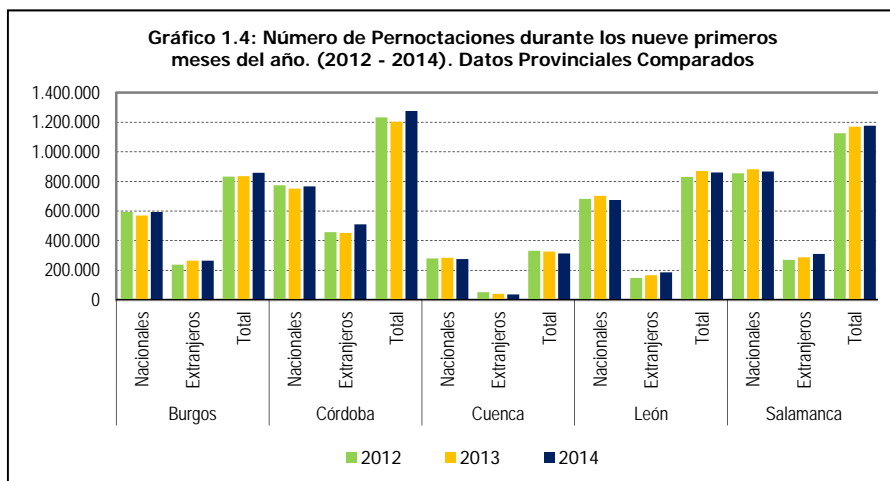
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

La tabla 1.6 y la gráfica 1.4 nos permiten ver la evolución de las pernoctaciones en los nueve primeros meses del periodo 2012-2014 en las provincias de referencia.

En primer lugar, debemos destacar la buena evolución que se ha experimentado en Burgos en los nueve primeros meses de 2014, ha habido un

incremento del 2,81%, cifra superior en dos puntos a la registrada en el año 2013, para el mismo periodo temporal.

Por otro lado, si comparamos los incrementos del número de pernoctaciones con el resto de provincias, podemos observar que Burgos se encuentra en el segundo lugar, siendo Córdoba, la que lidera el incremento y el número de pernoctaciones en términos globales.



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

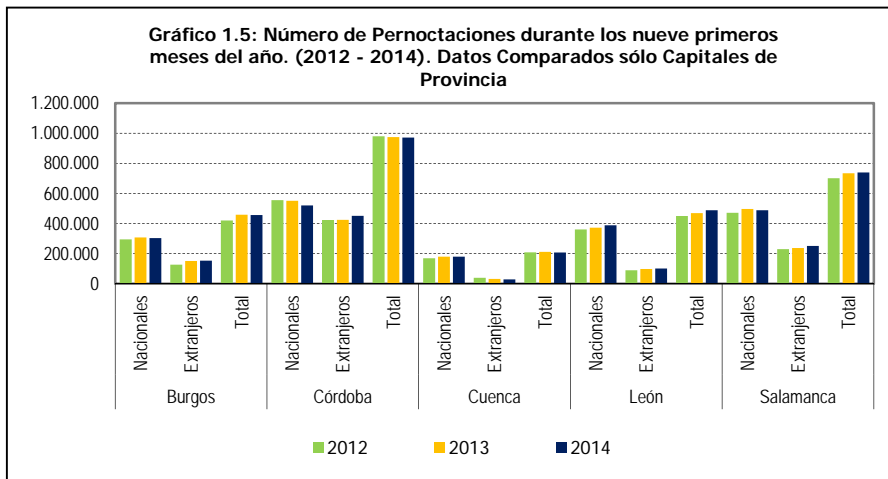


**Tabla 1.7: Número de Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Comparados sólo Capitales de Provincia**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	293.973	307.449	302.643	4,58%	-1,56%
	<b>Extranjeros</b>	125.978	151.230	153.413	20,04%	1,44%
	<b>Total</b>	<b>419.951</b>	<b>458.679</b>	<b>456.056</b>	<b>9,22%</b>	<b>-0,57%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	555.441	550.613	520.056	-0,87%	-5,55%
	<b>Extranjeros</b>	423.555	423.800	450.772	0,06%	6,36%
	<b>Total</b>	<b>978.996</b>	<b>974.413</b>	<b>970.828</b>	<b>-0,47%</b>	<b>-0,37%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	168.961	179.960	179.199	6,51%	-0,42%
	<b>Extranjeros</b>	38.928	31.746	27.941	-18,45%	-11,99%
	<b>Total</b>	<b>207.889</b>	<b>211.706</b>	<b>207.140</b>	<b>1,84%</b>	<b>-2,16%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	360.137	371.624	388.164	3,19%	4,45%
	<b>Extranjeros</b>	89.532	97.745	100.323	9,17%	2,64%
	<b>Total</b>	<b>449.669</b>	<b>469.369</b>	<b>488.487</b>	<b>4,38%</b>	<b>4,07%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	471.496	496.832	488.334	5,37%	-1,71%
	<b>Extranjeros</b>	229.752	236.497	251.163	2,94%	6,20%
	<b>Total</b>	<b>701.248</b>	<b>733.329</b>	<b>739.497</b>	<b>4,57%</b>	<b>0,84%</b>

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





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

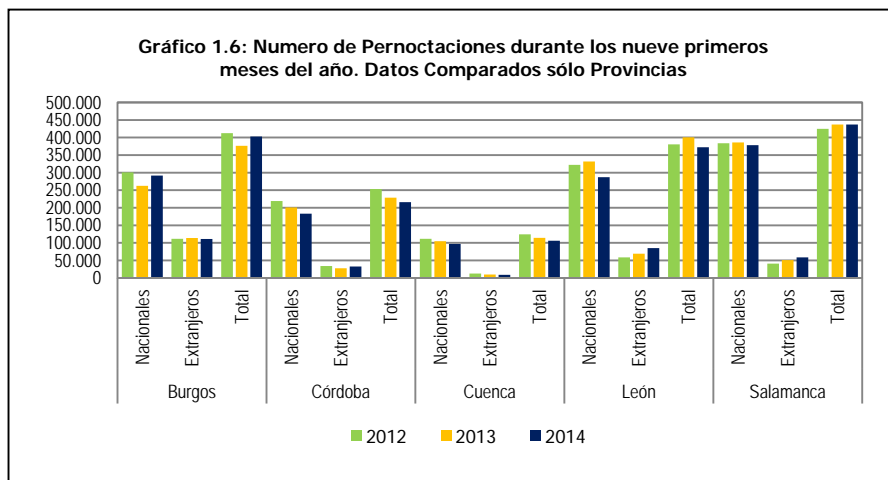


**Tabla 1.8: Número de Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 - 2014). Datos Comparados sólo Provincias**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	300.662	262.664	291.453	-12,64%	10,96%
	Extranjeros	111.630	113.992	111.277	2,12%	-2,38%
	<b>Total</b>	<b>412.292</b>	<b>376.656</b>	<b>402.730</b>	<b>-8,64%</b>	<b>6,92%</b>
Córdoba	Nacionales	219.148	200.871	182.983	-8,34%	-8,91%
	Extranjeros	34.234	27.788	32.817	-18,83%	18,10%
	<b>Total</b>	<b>253.382</b>	<b>228.659</b>	<b>215.800</b>	<b>-9,76%</b>	<b>-5,62%</b>
Cuenca	Nacionales	111.479	104.546	96.977	-6,22%	-7,24%
	Extranjeros	12.776	9.807	9.037	-23,24%	-7,85%
	<b>Total</b>	<b>124.255</b>	<b>114.353</b>	<b>106.014</b>	<b>-7,97%</b>	<b>-7,29%</b>
León	Nacionales	322.123	331.608	287.117	2,94%	-13,42%
	Extranjeros	58.647	69.200	85.358	17,99%	23,35%
	<b>Total</b>	<b>380.770</b>	<b>400.808</b>	<b>372.475</b>	<b>5,26%</b>	<b>-7,07%</b>
Salamanca	Nacionales	383.630	386.051	378.388	0,63%	-1,98%
	Extranjeros	41.076	51.050	58.766	24,28%	15,11%
	<b>Total</b>	<b>424.706</b>	<b>437.101</b>	<b>437.154</b>	<b>2,92%</b>	<b>0,01%</b>

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

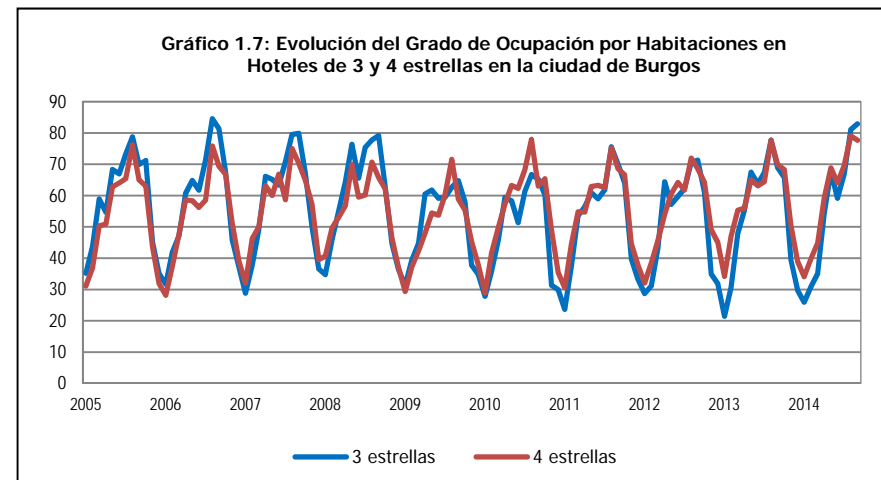




Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

Un análisis de las pernoctaciones nos permite ver cómo en el periodo 2012-2014 se ha registrado un aumento del 2,81% a nivel de toda la provincia y en cambio una disminución del 0,57% a nivel de la capital en los últimos nueve meses del año en términos globales. Dicho incremento en la provincia ha venido favorecido por el aumento considerable en el número de pernoctaciones realizadas por los turistas nacionales. Únicamente en la capital es donde ha habido un aumento considerable de las pernoctaciones de turistas extranjeros.

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 a Salamanca y Burgos, pero sólo en los datos a nivel de ciudades. Si el dato lo comparamos a nivel de provincia León muestra un fuerte descenso.



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

En relación con el **grado de ocupación por habitaciones** (gráfico 1.7) observamos que para los meses de agosto y septiembre el Grado de Ocupación en hoteles de 4 estrellas presentaban valores del 79,09% y 77,70% respectivamente, superiores al 77,57% y 69,91% presentados en el año 2013.



### 1.1.2. En 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** en el periodo 2012-2014, durante los nueve primeros meses del año ha experimentado un incremento del 13,62% con respecto al año 2013. Este buen dato viene determinado por la afluencia de turistas extranjeros. Este aumento de las pernoctaciones es muy superior al global de Castilla y León, pero ligeramente inferior al global del país, que se sitúa en 12,12%.

**Tabla 1.9: Viajeros durante los nueve primeros meses del año en Turismo Rural. (2012 – 2014). Comparación**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	47.505	41.029	40.718	-13,63%	-0,76%
	Extranjeros	6.294	3.369	9.728	-46,47%	188,75%
	<b>Total</b>	<b>53.799</b>	<b>44.398</b>	<b>50.446</b>	<b>-17,47%</b>	<b>13,62%</b>
Castilla y León	Nacionales	393.373	370.737	385.830	-5,75%	4,07%
	Extranjeros	38.709	31.242	37.383	-19,29%	19,66%
	<b>Total</b>	<b>432.801</b>	<b>401.980</b>	<b>423.213</b>	<b>-7,12%</b>	<b>5,28%</b>
España	Nacionales	1.697.416	1.549.659	1.727.484	-8,70%	11,48%
	Extranjeros	331.911	341.485	392.894	2,88%	15,05%
	<b>Total</b>	<b>2.029.326</b>	<b>1.891.143</b>	<b>2.120.378</b>	<b>-6,81%</b>	<b>12,12%</b>

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

**Tabla 1.10: Número de Viajeros durante los nueve primeros meses del año en Turismo Rural (2012 – 2014). Datos Provinciales Comparados**

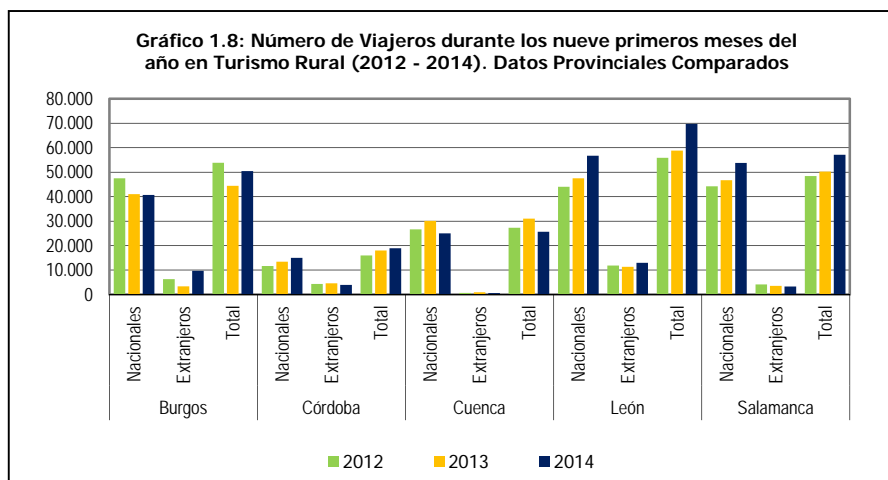
		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	47.505	41.029	40.718	-13,63%	-0,76%
	Extranjeros	6.294	3.369	9.728	-46,47%	188,75%
	<b>Total</b>	<b>53.799</b>	<b>44.398</b>	<b>50.446</b>	<b>-17,47%</b>	<b>13,62%</b>
Córdoba	Nacionales	11.637	13.399	15.017	15,14%	12,08%
	Extranjeros	4.357	4.596	3.931	5,49%	-14,47%
	<b>Total</b>	<b>15.994</b>	<b>17.995</b>	<b>18.948</b>	<b>12,51%</b>	<b>5,30%</b>
Cuenca	Nacionales	26.606	30.117	24.998	13,20%	-17,00%
	Extranjeros	683	926	638	35,58%	-31,10%
	<b>Total</b>	<b>27.289</b>	<b>31.043</b>	<b>25.636</b>	<b>13,76%</b>	<b>-17,42%</b>
León	Nacionales	44.030	47.507	56.738	7,90%	19,43%
	Extranjeros	11.835	11.322	12.960	-4,33%	14,47%
	<b>Total</b>	<b>55.865</b>	<b>58.829</b>	<b>69.698</b>	<b>5,31%</b>	<b>18,48%</b>
Salamanca	Nacionales	44.222	46.689	53.791	5,58%	15,21%
	Extranjeros	4.168	3.543	3.331	-15,00%	-5,98%
	<b>Total</b>	<b>48.390</b>	<b>50.232</b>	<b>57.122</b>	<b>3,81%</b>	<b>13,72%</b>

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



La evolución del número de viajeros, tabla 1.10, si lo comparamos con otras ciudades, se puede observar que Burgos ha experimentado un aumento considerable en relación con el mismo periodo del año 2013, dónde se registró una disminución del 17,47%, este incremento viene determinado por un aumento más que considerable en el número de viajeros extranjeros.

Si el dato lo comparamos con otras ciudades, podemos observar cómo Salamanca obtiene un incremento del 13,58% y León un 18,48%, Cuenca sigue ocupando una disminución bastante importante (-17,42%).



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

La evolución del **número de pernoctaciones**, tabla 1.11 y tabla 1.12, muestran la recuperación del sector si lo comparamos con los datos del año 2013, para los nueve primeros meses. Burgos se sitúa bastante por encima de los datos globales de Castilla y León, y también de los datos globales de la media nacional. Tanto en Burgos como en Castilla y León este aumento del número de pernoctaciones se debe a los turistas extranjeros, que en el caso de Burgos ha supuesto un incremento del 145,33%.

En la tabla 1.12 podemos ver la evolución de las pernoctaciones durante el periodo 2012-2014 comparando las cinco ciudades de referencia. Salamanca se sitúa por delante de todas provincias objeto de análisis con un incremento del 17,65, seguido de Córdoba con un 15,28%. Cuenca es la provincia que registra una peor evolución de las pernoctaciones (-14,21%).

**Tabla 1.11: Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año en Turismo Rural. (2012 – 2014). Comparación**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	107.814	94.225	97.936	-12,60%	3,94%
	Extranjeros	14.227	6.159	15.110	-56,71%	145,33%
	<b>Total</b>	<b>122.041</b>	<b>100.384</b>	<b>113.046</b>	<b>-17,75%</b>	<b>12,61%</b>
Castilla y León	Nacionales	939.248	865.585	918.271	-7,84%	6,09%
	Extranjeros	82.504	65.150	81.077	-21,03%	24,45%
	<b>Total</b>	<b>1.021.752</b>	<b>930.734</b>	<b>999.348</b>	<b>-8,91%</b>	<b>7,37%</b>
España	Nacionales	4.480.385	4.053.116	4.480.317	-9,54%	10,54%
	Extranjeros	1.477.732	1.454.942	1.627.655	-1,54%	11,87%
	<b>Total</b>	<b>5.958.117</b>	<b>5.508.057</b>	<b>6.107.972</b>	<b>-7,55%</b>	<b>10,89%</b>

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

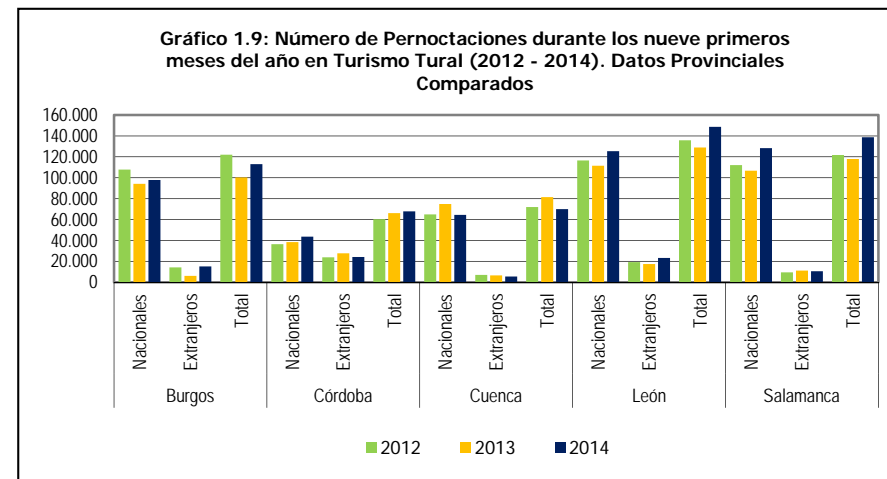




**Tabla 1.12: Número de Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año en Turismo Rural (2012 – 2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	107.814	94.225	97.936	-12,60%	3,94%
	<b>Extranjeros</b>	14.227	6.159	15.110	-56,71%	145,33%
	<b>Total</b>	<b>122.041</b>	<b>100.384</b>	<b>113.046</b>	<b>-17,75%</b>	<b>12,61%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	36.463	38.487	43.691	5,55%	13,52%
	<b>Extranjeros</b>	23.920	27.710	24.209	15,84%	-12,63%
	<b>Total</b>	<b>60.383</b>	<b>66.197</b>	<b>67.900</b>	<b>9,63%</b>	<b>2,57%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	64.861	74.958	64.478	15,57%	-13,98%
	<b>Extranjeros</b>	7.064	6.584	5.474	-6,80%	-16,86%
	<b>Total</b>	<b>71.925</b>	<b>81.542</b>	<b>69.952</b>	<b>13,37%</b>	<b>-14,21%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	116.479	111.557	125.473	-4,23%	12,47%
	<b>Extranjeros</b>	19.326	17.424	23.216	-9,84%	33,24%
	<b>Total</b>	<b>135.805</b>	<b>128.981</b>	<b>148.689</b>	<b>-5,02%</b>	<b>15,28%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	112.156	106.766	128.318	-4,81%	20,19%
	<b>Extranjeros</b>	9.548	11.217	10.485	17,48%	-6,53%
	<b>Total</b>	<b>121.704</b>	<b>117.983</b>	<b>138.803</b>	<b>-3,06%</b>	<b>17,65%</b>

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.

### 1.1.3. Comparación con otras provincias

A continuación se recoge la información correspondiente al número de viajeros y número de pernoctaciones en cada uno de los nueve primeros meses en el periodo 2012 -2014 para cada una de las provincias de referencia diferenciando entre turistas nacionales y extranjeros.



**Tabla 1.13: Viajeros y Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales**

		Burgos					
		Viajeros			Pernoctaciones		
		Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros
2012	Enero	28.017	22.851	5.166	44.411	37.593	6.818
	Febrero	34.147	26.711	7.436	54.156	44.871	9.285
	Marzo	44.600	33.689	10.911	73.997	59.253	14.744
	Abril	60.266	42.622	17.644	93.497	71.622	21.876
	Mayo	64.199	39.869	24.330	95.170	65.605	29.565
	Junio	65.414	43.596	21.818	97.967	70.789	27.177
	Julio	79.202	44.995	34.207	112.168	69.106	43.062
	Agosto	99.876	60.260	39.619	147.723	100.312	47.412
	Septiembre	76.973	46.782	30.191	113.154	75.484	37.669
	<b>Total</b>	<b>552.697</b>	<b>361.375</b>	<b>191.322</b>	<b>832.243</b>	<b>594.635</b>	<b>237.608</b>
2013	Enero	26.335	20.237	6.098	41.491	33.580	7.912
	Febrero	30.409	23.454	6.955	48.145	37.770	10.375
	Marzo	52.283	41.098	11.185	81.794	67.189	14.604
	Abril	51.327	34.025	17.302	77.310	54.961	22.349
	Mayo	66.607	39.379	27.228	96.909	62.360	34.549
	Junio	65.626	41.656	23.970	98.773	65.239	33.534
	Julio	83.455	47.718	35.737	120.223	72.443	47.780
	Agosto	111.757	64.357	47.400	157.783	102.188	55.594
	Septiembre	77.080	47.548	29.532	112.908	74.383	38.525
	<b>Total</b>	<b>226.961</b>	<b>158.193</b>	<b>68.768</b>	<b>835.336</b>	<b>570.113</b>	<b>265.222</b>
2014	Enero	28.527	22.352	6.175	43.905	34.276	9.629
	Febrero	31.977	25.755	6.222	46.855	38.870	7.985
	Marzo	41.369	31.741	9.628	64.344	50.633	13.710
	Abril	62.522	44.206	18.316	91.907	68.996	22.911
	Mayo	73.851	45.454	28.397	107.470	70.785	36.686
	Junio	69.588	44.331	25.257	96.291	64.026	32.265
	Julio	88.423	52.984	35.439	125.553	80.819	44.734
	Agosto	118.949	70.952	47.997	163.679	108.708	54.971
	Septiembre	82.593	50.022	32.571	118.781	76.983	41.799
	<b>Total</b>	<b>238.246</b>	<b>169.508</b>	<b>68.738</b>	<b>858.785</b>	<b>594.096</b>	<b>264.690</b>

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

**Tabla 1.14: Viajeros y Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales**

		Córdoba					
		Viajeros			Pernoctaciones		
		Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros
2012	Enero	53.465	38.511	14.953	92.142	67.833	24.308
	Febrero	63.700	46.154	17.545	106.508	77.686	28.822
	Marzo	79.201	52.616	26.584	134.401	93.816	40.585
	Abril	110.185	62.900	47.284	180.706	112.242	68.464
	Mayo	109.841	64.892	44.950	182.957	117.290	65.667
	Junio	82.083	49.510	32.573	127.547	80.093	47.454
	Julio	71.226	39.724	31.502	123.055	69.560	53.496
	Agosto	82.570	41.621	40.949	132.630	71.794	60.835
	Septiembre	94.812	49.234	45.578	152.433	84.275	68.158
	<b>Total</b>	<b>747.083</b>	<b>445.162</b>	<b>301.918</b>	<b>1.232.379</b>	<b>774.589</b>	<b>457.789</b>
2013	Enero	51.125	36.400	14.726	78.766	57.466	21.300
	Febrero	62.489	41.721	20.768	97.209	68.494	28.714
	Marzo	88.754	56.669	32.085	147.614	103.434	44.180
	Abril	94.314	52.283	42.031	151.446	88.299	63.148
	Mayo	117.910	66.736	51.174	192.899	116.156	76.744
	Junio	86.782	52.026	34.756	135.397	84.461	50.936
	Julio	70.343	39.230	31.113	113.064	65.393	47.670
	Agosto	80.531	45.879	34.652	130.072	76.835	53.238
	Septiembre	98.066	53.818	44.248	156.604	90.946	65.658
	<b>Total</b>	<b>750.314</b>	<b>444.762</b>	<b>305.553</b>	<b>1.203.071</b>	<b>751.484</b>	<b>451.588</b>
2014	Enero	57.534	38.139	19.395	89.793	63.278	26.516
	Febrero	63.909	45.721	18.188	99.072	71.533	27.539
	Marzo	82.393	53.317	29.076	131.521	89.142	42.379
	Abril	116.606	60.310	56.296	184.776	106.215	78.561
	Mayo	117.393	67.318	50.075	195.570	120.044	75.526
	Junio	92.094	49.017	43.077	143.600	80.106	63.494
	Julio	78.302	41.372	36.930	123.756	67.003	56.753
	Agosto	93.029	52.140	40.889	142.558	83.438	59.121
	Septiembre	104.899	52.287	52.612	165.773	85.558	80.216
	<b>Total</b>	<b>806.159</b>	<b>459.621</b>	<b>346.538</b>	<b>1.276.419</b>	<b>766.317</b>	<b>510.105</b>

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

**Tabla 1.15: Viajeros y Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales**

León							
	Viajeros			Pernoctaciones			
	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	
2012	Enero	28.378	26.284	2.094	52.021	47.970	4.052
	Febrero	35.940	32.619	3.321	61.753	56.052	5.701
	Marzo	42.875	37.958	4.918	73.794	65.856	7.938
	Abril	57.882	47.078	10.804	101.128	86.948	14.180
	Mayo	63.359	42.300	21.059	96.262	69.869	26.393
	Junio	66.261	47.596	18.665	102.051	77.015	25.036
	Julio	66.950	52.870	14.080	105.837	88.015	17.822
	Agosto	79.951	65.625	14.326	127.537	108.915	18.622
	Septiembre	71.770	48.703	23.067	110.055	81.620	28.435
<b>Total</b>	<b>513.366</b>	<b>401.033</b>	<b>112.334</b>	<b>830.438</b>	<b>682.260</b>	<b>58.264</b>	
2013	Enero	26.632	24.726	1.906	48.180	45.187	2.993
	Febrero	31.668	29.163	2.505	55.814	50.981	4.833
	Marzo	50.761	45.789	4.972	92.962	85.895	7.066
	Abril	48.963	36.119	12.844	78.162	62.597	15.565
	Mayo	73.813	46.873	26.940	109.437	76.789	32.648
	Junio	68.511	49.632	18.880	108.929	83.471	25.458
	Julio	73.341	57.317	16.024	114.967	91.813	23.154
	Agosto	85.078	66.859	18.220	140.847	117.379	23.468
	Septiembre	77.883	53.397	24.486	120.879	89.120	31.760
<b>Total</b>	<b>536.650</b>	<b>409.875</b>	<b>126.777</b>	<b>384.555</b>	<b>321.449</b>	<b>166.945</b>	
2014	Enero	27.704	26.073	1.631	43.673	40.899	2.774
	Febrero	32.236	30.360	1.876	51.774	48.206	3.569
	Marzo	41.253	37.428	3.825	65.932	60.233	5.699
	Abril	60.796	48.283	12.513	96.231	79.390	16.841
	Mayo	74.565	48.942	25.623	110.154	77.796	32.359
	Junio	73.334	50.727	22.607	107.878	77.643	30.235
	Julio	73.532	56.752	16.780	112.003	89.821	22.182
	Agosto	94.215	72.095	22.120	148.036	119.929	28.107
	Septiembre	77.572	49.450	28.122	125.280	89.915	35.365
<b>Total</b>	<b>555.207</b>	<b>420.110</b>	<b>135.097</b>	<b>860.961</b>	<b>675.281</b>	<b>185.680</b>	

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

**Tabla 1.16: Viajeros y Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales**

Salamanca							
	Viajeros			Pernoctaciones			
	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	
2012	Enero	38.811	31.258	7.552	66.627	52.513	14.114
	Febrero	48.908	38.859	10.049	86.655	67.684	18.971
	Marzo	63.698	50.600	13.098	115.706	90.233	25.473
	Abril	80.787	61.666	19.121	147.539	119.407	28.132
	Mayo	75.349	52.497	22.853	129.344	94.579	34.765
	Junio	77.432	56.454	20.978	134.745	103.418	31.328
	Julio	76.397	52.823	23.574	131.483	92.826	38.657
	Agosto	98.461	69.687	28.774	164.028	124.059	39.970
	Septiembre	85.245	59.552	25.693	149.826	110.407	39.418
<b>Total</b>	<b>645.088</b>	<b>473.396</b>	<b>171.692</b>	<b>1.125.953</b>	<b>855.126</b>	<b>270.828</b>	
2013	Enero	36.737	30.061	6.676	67.601	54.123	13.478
	Febrero	46.703	36.914	9.790	83.074	65.315	17.759
	Marzo	72.531	56.027	16.504	131.925	103.784	28.141
	Abril	70.455	51.396	19.059	123.042	95.193	27.849
	Mayo	83.050	54.035	29.015	144.242	103.983	40.258
	Junio	77.711	54.308	23.403	133.904	101.512	32.391
	Julio	84.543	57.368	27.175	141.110	101.938	39.172
	Agosto	116.841	81.978	34.863	180.551	136.783	43.768
	Septiembre	93.324	64.098	29.227	164.984	120.252	44.731
<b>Total</b>	<b>681.895</b>	<b>486.185</b>	<b>195.712</b>	<b>1.170.433</b>	<b>882.883</b>	<b>287.547</b>	
2014	Enero	38.930	30.110	8.821	68.668	53.007	15.662
	Febrero	47.792	37.689	10.103	78.512	60.124	18.389
	Marzo	57.671	44.850	12.821	112.132	88.340	23.792
	Abril	78.650	58.767	19.883	144.663	112.534	32.130
	Mayo	78.193	49.372	28.821	146.581	104.578	42.003
	Junio	73.763	50.708	23.055	132.484	93.122	39.362
	Julio	83.056	56.127	26.929	143.367	100.774	42.593
	Agosto	110.749	76.630	34.120	186.052	137.884	48.168
	Septiembre	91.966	62.431	29.534	164.189	116.359	47.830
<b>Total</b>	<b>660.770</b>	<b>466.684</b>	<b>194.087</b>	<b>550.556</b>	<b>406.622</b>	<b>143.934</b>	

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

**Tabla 1.17: Viajeros y Pernoctaciones durante los nueve primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Provinciales**

		Cuenca					
		Viajeros			Pernoctaciones		
		Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros
2012	Enero	15.093	13.202	1.892	22.896	20.368	2.528
	Febrero	16.980	15.074	1.906	26.471	24.155	2.316
	Marzo	21.860	18.640	3.220	32.580	27.805	4.775
	Abril	27.988	22.836	5.153	46.087	38.083	8.004
	Mayo	23.744	18.690	5.054	37.079	29.124	7.955
	Junio	23.714	18.510	5.203	36.340	29.394	6.946
	Julio	23.657	19.240	4.417	36.763	30.337	6.427
	Agosto	33.198	28.631	4.567	51.342	45.034	6.308
	Septiembre	27.095	22.397	4.698	42.584	36.140	6.445
	<b>Total</b>	<b>213.329</b>	<b>177.220</b>	<b>36.110</b>	<b>332.142</b>	<b>280.440</b>	<b>51.704</b>
2013	Enero	11.664	10.668	996	17.616	16.135	1.481
	Febrero	15.591	14.612	979	24.084	22.639	1.444
	Marzo	23.431	20.227	3.204	38.817	34.347	4.470
	Abril	22.718	19.554	3.165	35.235	31.442	3.793
	Mayo	25.674	20.789	4.885	39.347	32.944	6.403
	Junio	25.126	21.609	3.517	38.830	34.371	4.459
	Julio	24.665	20.969	3.696	36.871	31.918	4.953
	Agosto	31.409	26.799	4.610	52.427	45.241	7.186
	Septiembre	25.320	20.759	4.560	42.833	35.469	7.364
	<b>Total</b>	<b>205.598</b>	<b>175.986</b>	<b>29.612</b>	<b>326.060</b>	<b>284.506</b>	<b>41.553</b>
2014	Enero	11.083	10.485	598	17.494	16.723	770
	Febrero	14.170	13.318	852	21.657	20.002	1.656
	Marzo	17.655	15.968	1.687	25.668	23.276	2.392
	Abril	23.672	20.192	3.480	41.045	35.655	5.390
	Mayo	22.423	19.106	3.317	37.231	31.998	5.233
	Junio	20.676	17.564	3.112	36.293	30.184	6.109
	Julio	21.824	19.349	2.475	35.316	31.199	4.117
	Agosto	31.499	27.991	3.508	55.571	49.778	5.793
	Septiembre	26.020	22.248	3.772	42.878	37.361	5.518
<b>Total</b>	<b>189.022</b>	<b>166.221</b>	<b>9.934</b>	<b>313.153</b>	<b>276.176</b>	<b>36.978</b>	

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



# 2 EMPLEO



## 2.-Empleo en Hostelería en Burgos

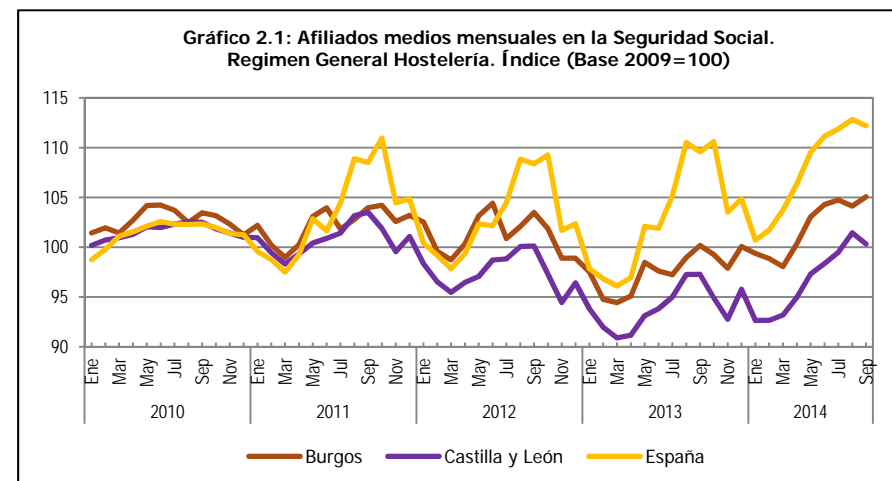
En este apartado se analiza el empleo en el sector de Hostelería utilizando el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos. La metodología utilizada, como en ocasiones anteriores, consiste en el cálculo 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 experimentado un considerable aumento en los 9 primeros meses de 2014 situándose en estos momentos en Burgos en 7.202 -septiembre de 2014- muy por encima de los existentes en septiembre de 2013 (6.796), lo que supone un incremento del 5,97% y superior al mismo mes de los años anteriores, (véase tabla 2.1). Este aumento en Burgos es ligeramente superior al observado en España (5,51%) y algo más que el incremento observado en Castilla y León (4,89%); aunque como puede observarse en el gráfico 2.1 en España, no se produjo el descenso en el empleo que sí se dio en Burgos y en Castilla y León en el segundo semestre de 2012 y en el año 2013.

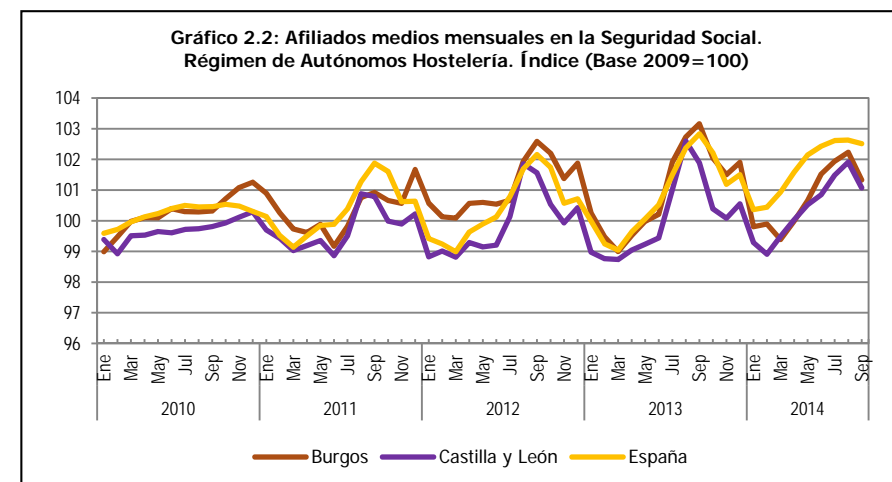
Si analizamos la variación ocurrida en el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social en el R.E.T. Autónomos, podemos observar que en Burgos los datos no son tan positivos, ya que se ha producido un ligero descenso (-0,63%) en septiembre de 2014 respecto del mismo mes de 2013, para situarse en 3.339. Los resultados comparativamente son algo peores que en Castilla y León y que en el conjunto nacional para el mes de septiembre de 2014 (0,27% y 0,93% respectivamente).

Esto ha llevado a que en términos globales del sistema, en septiembre de 2014, el número medio de afiliados a la Seguridad Social en Burgos sea de 10.542,03, lo que confirma el crecimiento en el empleo en el sector de Hostelería

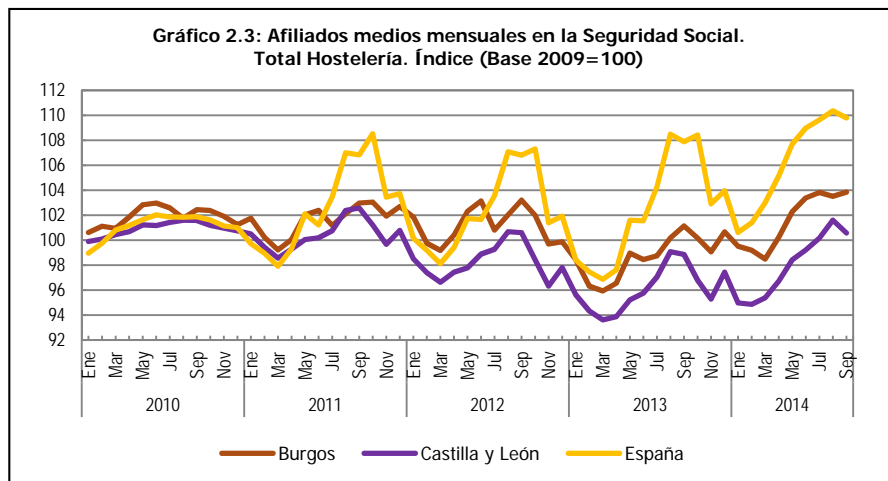
que ya se venía vislumbrando en el anterior Boletín, conclusión que también parece confirmarse si se observan los valores desestacionalizados (gráfico 2.5).



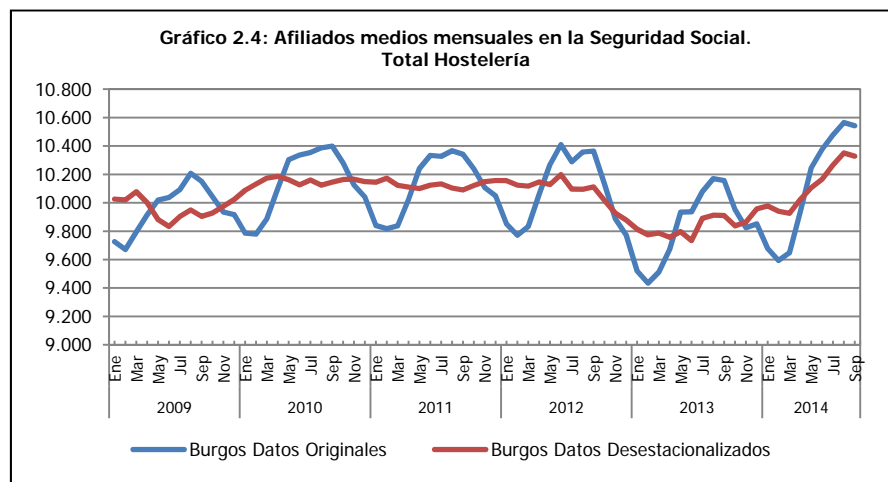
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



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. Así podemos observar que el sector de Hostelería presenta unas tasas de variación en septiembre de 2014 respecto a septiembre de 2013 mejores que si consideramos la afiliación en todos los sectores, ya que en Burgos en el sector de Hostelería la variación fue del 3,79% frente al 1,66%; en Castilla y León del 3,26% frente al 1,28% y en España del 4,42% frente al 2,23%, debido principalmente al incremento que se ha producido en Burgos y en Castilla y León en el Régimen General, ya que el R.E.T. Autónomos presenta tasas próximas a cero; no así en España que si se consideran todos los sectores se produce un incremento de 2,59%.

La tabla 2.3 presenta la evolución de los afiliados en alta laboral el último día de cada mes del año 2013 y de los nueve primeros meses de 2014 en las actividades concretas de Alojamientos (código 55) y Servicios de Comidas y Bebidas (código 56) del CNAE. Puede observarse que en todos los meses de 2014 las tasas de variación sobre los mismos meses de 2013 han sido positivas, siendo más elevadas en los meses de mayo a agosto debido principalmente a los incrementos experimentados en el subsector de Servicios de Comidas y Bebidas en el Régimen General. También es de destacar el descenso observado en la mayoría de los meses de 2014 en los Servicios de Alojamiento en el R.E.T. Autónomos.



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

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total Hostelería		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Septiembre 2010	7.092,36	46.357,18	1.017.332,30	3.306,59	23.437,27	327.924,53	10.398,95	69.794,45	1.345.256,83
Septiembre 2011	7.053,91	46.038,91	1.046.622,12	3.287,90	23.414,31	328.450,99	10.341,81	69.453,22	1.375.073,11
Septiembre 2012	7.021,60	44.527,05	1.045.431,15	3.342,30	23.594,05	329.354,85	10.363,90	68.121,10	1.374.786,00
Septiembre 2013	6.796,42	43.264,47	1.057.092,52	3.360,95	23.669,61	331.534,66	10.157,37	66.934,08	1.388.627,18
Septiembre 2014	7.202,13	45.379,68	1.115.390,13	3.339,90	23.734,27	334.632,49	10.542,03	69.113,95	1.450.022,62
Variación	5,97%	4,89%	5,51%	-0,63%	0,27%	0,93%	3,79%	3,26%	4,42%

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**  
*Septiembre 2010 – Septiembre 2014*

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Septiembre 2010	116.144,00	693.752,22	13.383.973,63	29.610,13	208.307,31	3.122.484,22	145.754,13	902.059,53	16.506.457,85
Septiembre 2011	114.305,72	680.097,45	13.162.854,77	29.186,13	206.449,13	3.092.136,18	143.491,85	886.546,58	16.254.990,95
Septiembre 2012	107.981,05	639.878,20	12.504.716,30	28.862,60	203.816,35	3.044.854,10	136.843,65	843.694,55	15.549.570,40
Septiembre 2013	102.441,42	607.898,09	12.056.364,71	28.625,23	201.691,38	3.035.490,57	131.066,65	809.589,47	15.091.855,28
Septiembre 2014	104.377,90	618.376,04	12.314.519,40	28.866,54	201.538,40	3.114.224,95	133.244,44	819.914,44	15.428.744,35
Variación	1,89%	1,72%	2,14%	0,84%	-0,08%	2,59%	1,66%	1,28%	2,23%

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 y Enero a Septiembre 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 2013	1.146	1.151	1.236	1.255	1.336	1.377	1.405	1.455	1.371	1.247	1.243	1.199
	55 Servicios de Alojamiento 2014	1.161	1.168	1.225	1.317	1.403	1.463	1.473	1.503	1.371			
	Variación	1,31%	1,48%	-0,89%	4,94%	5,01%	6,25%	4,84%	3,30%	0,00%			
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2013	5.030	5.019	5.139	5.153	5.275	5.283	5.196	5.299	5.326	5.267	5.321	5.383
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2014	5.200	5.166	5.248	5.399	5.553	5.728	5.541	5.648	5.664			
	Variación	3,38%	2,93%	2,12%	4,77%	5,27%	8,42%	6,64%	6,59%	6,35%			
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento 2013	301	299	309	310	317	325	332	334	332	319	317	314
	55 Servicios de Alojamiento 2014	300	295	300	313	317	318	325	319	318			
	Variación	-0,33%	-1,34%	-2,91%	0,97%	0,00%	-2,15%	-2,11%	-4,49%	-4,22%			
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2013	2.920	2.919	2.937	2.960	2.985	3.009	3.056	3.050	3.014	2.981	2.968	2.977
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2014	2.941	2.932	2.925	2.971	2.999	3.039	3.064	3.073	3.000			
	Variación	0,72%	0,45%	-0,41%	0,37%	0,47%	1,00%	0,26%	0,75%	-0,46%			
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento 2013	1.447	1.450	1.545	1.565	1.653	1.702	1.737	1.789	1.703	1.566	1.560	1.513
	55 Servicios de Alojamiento 2014	1.461	1.463	1.525	1.630	1.720	1.781	1.798	1.822	1.689			
	Variación	0,97%	0,90%	-1,29%	4,15%	4,05%	4,64%	3,51%	1,84%	-0,82%			
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2013	7.950	7.938	8.076	8.113	8.260	8.292	8.252	8.349	8.340	8.248	8.289	8.360
	56 Ser. de Comidas y Bebidas 2014	8.141	8.098	8.173	8.370	8.552	8.767	8.605	8.721	8.664			
	Variación	2,40%	2,02%	1,20%	3,17%	3,54%	5,73%	4,28%	4,46%	3,88%			
Total Hostelería 2013		9.397	9.388	9.621	9.678	9.913	9.994	9.989	10.138	10.043	9.814	9.849	9.873
Total Hostelería 2014		9.602	9.561	9.698	10.000	10.272	10.548	10.403	10.543	10.355			
Variación		2,18%	1,84%	0,80%	3,33%	3,62%	5,54%	4,14%	3,99%	3,09%			

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

# 3 CONFIANZA EMPRESARIAL



### 3. Índice de Confianza Empresarial en el Sector Turístico de Burgos

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

Para ello se han realizado, en esta ocasión, encuestas telefónicas utilizando un cuestionario elaborado en función de los objetivos de la investigación a los responsables de establecimientos hosteleros de acuerdo con los datos reflejados en la tabla 3.1.

Tabla 3.1: Muestra Comarcas							
Comarcas	Hotel / Hostal	Camping	Albergue	Otro Alojamiento	Restaurante	Bares / Cafeterías	Total
Arlanza	9	0	1	3	7	0	20
Bureba - Ebro	10	1	1	2	4	1	19
Amaya - Camino	4	0	1	5	5	1	16
Sierra de la Demanda	9	1	0	4	7	0	21
Merindades	10	1	0	4	5	0	20
Pinares	4	1	0	1	0	0	6
Ribera del Duero	13	0	1	8	6	0	28
Burgos Ciudad	31	1	0	0	20	11	63
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>54</b>	<b>13</b>	<b>193</b>

Fuente: Elaboración propia.

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

1. Se calculará el % de cada respuesta total, por comarca y por tipo de establecimiento.
2. Se calculará el saldo como la diferencia entre “ha aumentado/aumentarán” menos “ha disminuido/disminuirán” para cada una de las variables seleccionadas Ingresos/Facturación y N° de Empleados.
3. Se calculará el **Indicador de Situación**<sup>1</sup>: recoge la diferencia o saldo entre el porcentaje de respuestas que consideran que sus ingresos en el periodo Junio-Septiembre de 2014 han aumentado en relación con las obtenidas en el periodo Junio-Septiembre de 2013 y los que consideran que sus ingresos en el periodo Junio-Septiembre de 2014 han disminuido en relación con las obtenidas en el periodo Junio-Septiembre de 2013.
4. Se calculará el **Indicador de Expectativas**: recoge la diferencia o saldo entre el porcentaje de respuestas que consideran que sus ingresos en el periodo Octubre de 2014-Marzo de 2015 aumentarán en relación con los obtenidos en el periodo Octubre de 2013-Marzo de 2014 y los que consideran que sus ingresos en el periodo Octubre de 2014-Marzo de 2015 disminuirán en relación con las obtenidas en el periodo Octubre de 2013-Marzo de 2014.
5. Se calculará el **Índice de Confianza del Sector Turístico en Burgos (ICTBU)**<sup>2</sup>

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

Además, se preguntaba sobre los factores condicionantes de la actividad del sector turístico, identificando cuáles son los factores que más influyen en la marcha de su negocio y aquellos aspectos que mejorarían en el sector para incrementar la actividad del turismo en Burgos.

<sup>1</sup> Nos hemos basado sólo en la variable ingresos/facturación ya que las respuestas obtenidas en relación con las variables empleo e inversión no presentan grandes diferencias entre valoraciones positivas y negativas, ya que más del 70% de las respuesta han considerado el Igual tanto en la situación como en las expectativas

<sup>2</sup> Siguiendo la metodología utilizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

### 3.1 RESULTADOS CUANTITATIVOS

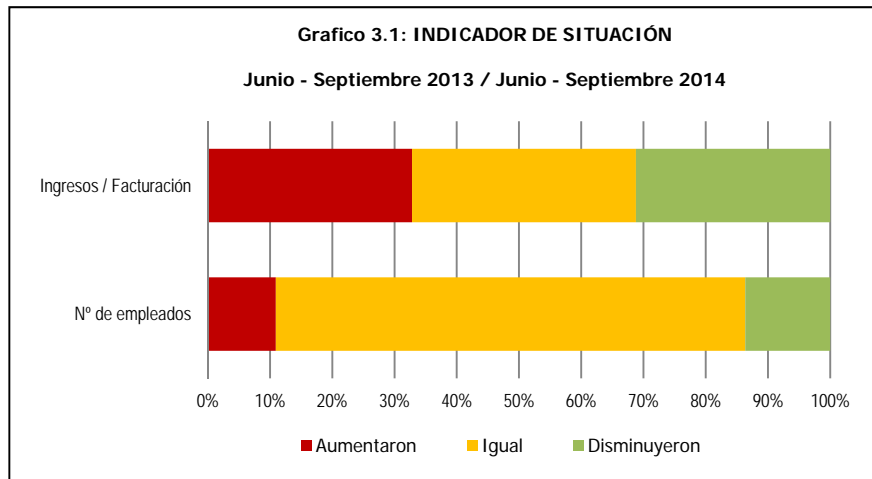
A continuación se presentan los principales **resultados obtenidos en la Confianza Empresarial de manera agregada para Burgos**, los obtenidos sólo en la Ciudad y sólo en la Provincia, así como los obtenidos en los establecimientos de alojamiento y los obtenidos en los establecimientos de restauración.

#### 3.1.1 Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL: -3,44%**

La Confianza Empresarial del sector Turístico de Burgos presenta signos negativos (-3,44%), mientras que desde el punto de vista del indicador de situación presenta saldos positivos (+1,59%) las expectativas son ligeramente negativas (-8,47%).

#### Indicador de Situación

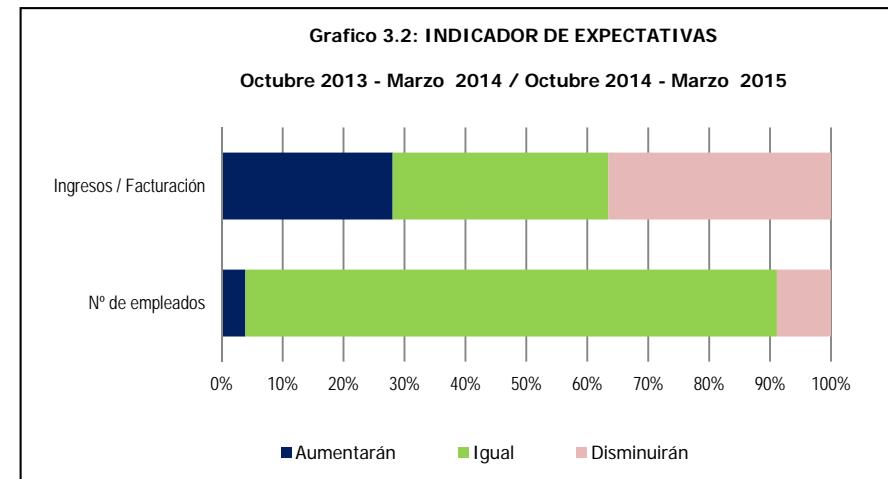


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
Ingresos / Facturación	62	68	59
Nº de Empleados	20	138	25

%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
Ingresos / Facturación	32,80%	35,98%	31,22%	+ 1,59%
Nº de Empleados	10,93%	75,41%	13,66%	- 2,73%

#### Indicador de Expectativas



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

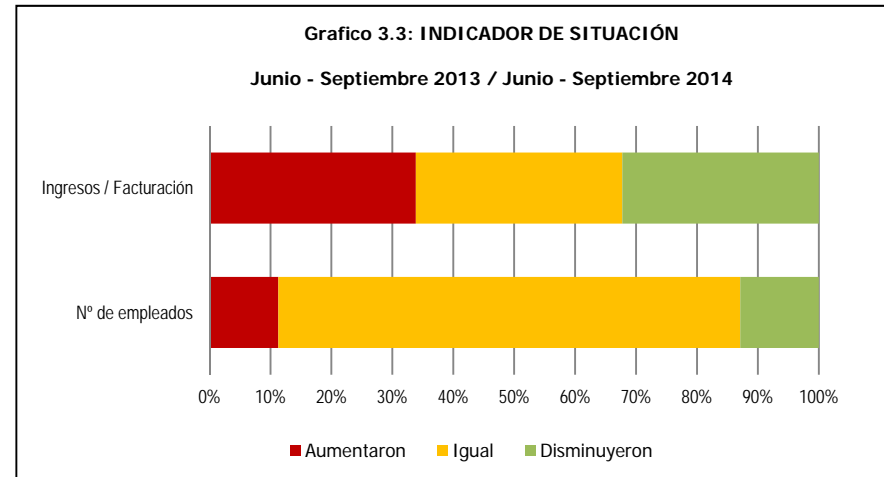
Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Ingresos / Facturación	53	67	69
Nº de Empleados	7	157	16

%	Aumentarán	Igual	Disminuirán	Indicador Situación
Ingresos / Facturación	28,04%	35,45%	36,51%	- 8,47%
Nº de Empleados	3,89%	87,22%	8,89%	- 5,00%

### Cumplimiento de las expectativas

La relación entre el indicador de expectativas de los meses de Junio a Septiembre de 2014 con el indicador de situación de Junio a Septiembre de 2014 indica como mientras para Ingresos / Facturación se asemejan (dif.:1,07% en valor absoluto), por lo que se cumplen las expectativas en este sentido, en lo referente al número de empleados no se cumplen (dif.:17,76% en valor absoluto), dado que se esperaba un incremento en el número de empleados y la situación actual que señalan los encuestados indica una disminución.

	Indicador de Expectativas Junio a Septiembre de 2014	Indicador de Situación Junio a Septiembre de 2014
Ingresos / Facturación	+ 2,66%	+ 1,59%
Nº de Empleados	+ 15,03%	- 2,73%

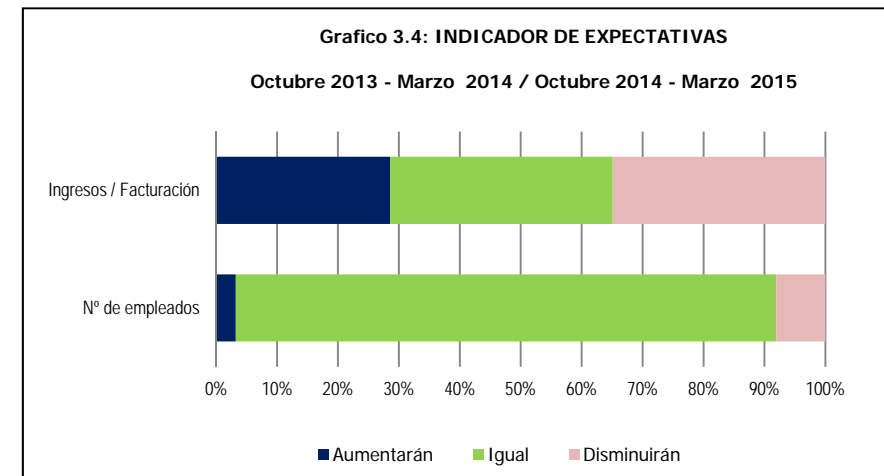


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

### 3.1.2 Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos Ciudad

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL: - 2,37%**

La Confianza Empresarial del sector Turístico de Burgos Ciudad presenta saldo negativo (- 2,37%), siendo los resultados de situación y expectativas antagónicos, mientras que en situación de los meses del verano el saldo es positivo (+ 1,61%) las expectativas para los meses de invierno presentan saldo negativo (- 6,35%).



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

### Cumplimiento de las expectativas

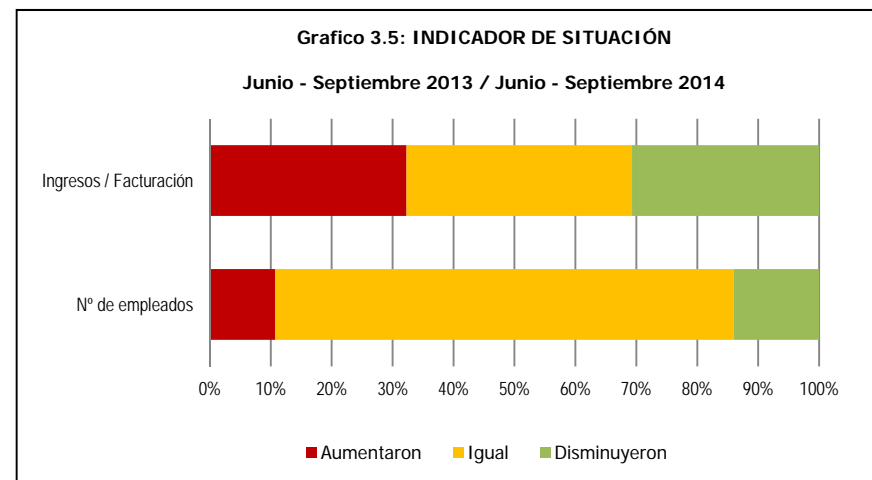
La relación entre el indicador de expectativas de los meses de Junio a Septiembre de 2014 con el indicador de situación de Junio a Septiembre de 2014 indica que para el número de empleados difieren (dif.: 9,15% en valor absoluto), por lo que no se cumplen las expectativas en este sentido; en lo referente a los ingresos y la facturación si se cumplen (dif.: 2,37% en valor absoluto), dado que se esperaba un decremento y la situación actual que señalan los encuestados indica dicho decremento aunque en menor proporción de lo esperado.

	Indicador de Expectativas Junio a Septiembre de 2014	Indicador de Situación Junio a Septiembre de 2014
Ingresos / Facturación	- 5,18%	- 2,37%
Nº de Empleados	+ 5,92%	- 3,23%

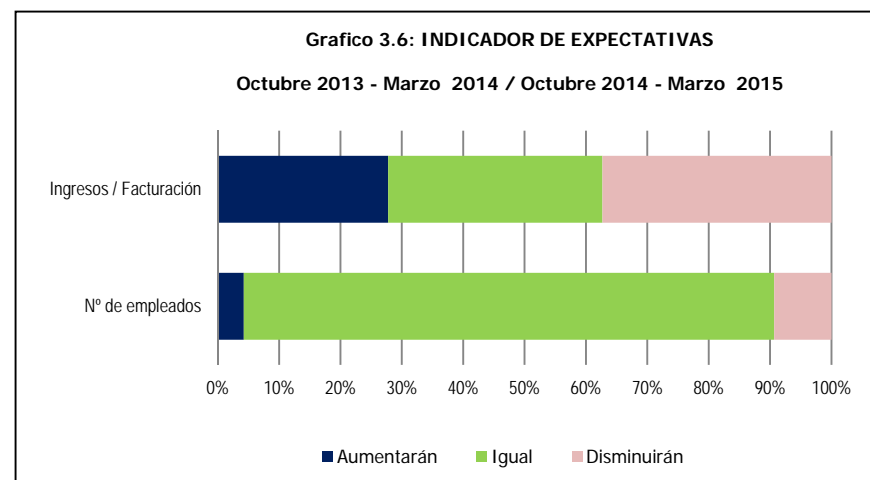
### 3.1.3 Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos Provincia

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL: - 3,98%**

La Confianza Empresarial del sector Turístico de Burgos Provincia presenta signos negativos (- 3,98%), sobre todo desde el punto de vista del indicador de expectativas (-9,52%) mientras que la situación es ligeramente positiva (+1,57%).



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

### Cumplimiento de las expectativas

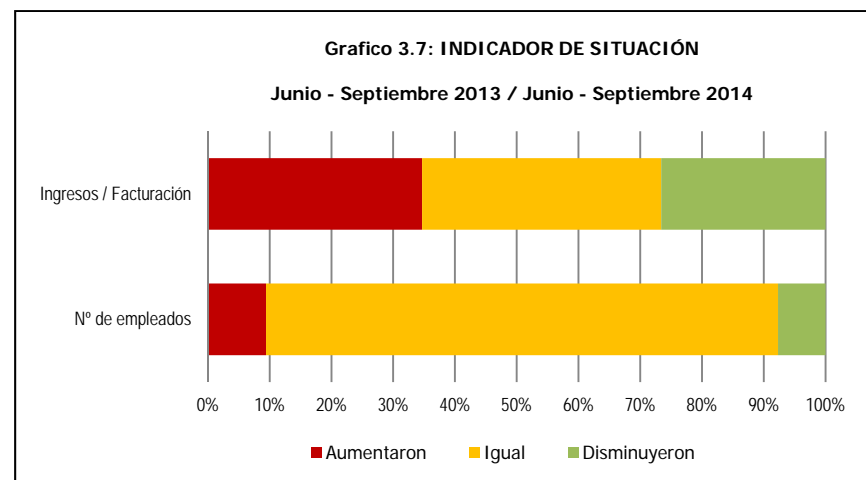
La relación entre el indicador de expectativas de los meses de Junio a Septiembre de 2014 con el indicador de situación de Junio a Septiembre de 2014 indica que tanto para los ingresos y facturación como para el número de empleados las expectativas se asemejan a la situación real, aunque mientras que para el número de empleados se quedan cortas las expectativas de crecimiento respecto a la situación real, en lo referente a los ingresos y la facturación la expectativa era de un fuerte decremento pero este no ha sido tanto como el esperado.

	Indicador de Expectativas Junio a Septiembre de 2014	Indicador de Situación Junio a Septiembre de 2014
Ingresos / Facturación	- 15,24%	- 3,98%
Nº de Empleados	+ 2,48%	- 4,20%

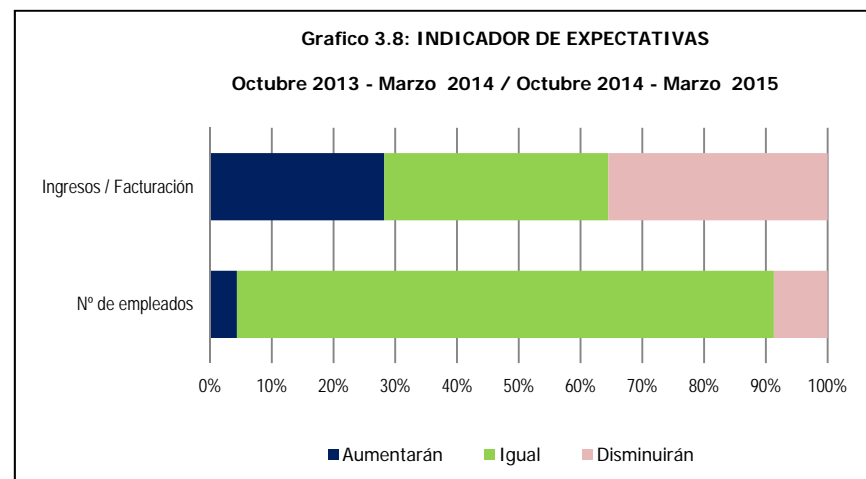
#### 3.1.4 Confianza Empresarial del Sector Alojamientos de Burgos

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL: + 0,40%**

La Confianza Empresarial del sector Alojamientos de Burgos presenta signos positivos (+ 0,40%), siendo contrapuestos los signos de la situación y la expectativa, mientras la situación del verano presenta saldos positivos (+ 8,06%) la expectativa para los meses de invierno presenta signos negativos (- 7,26%).



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

### Cumplimiento de las expectativas

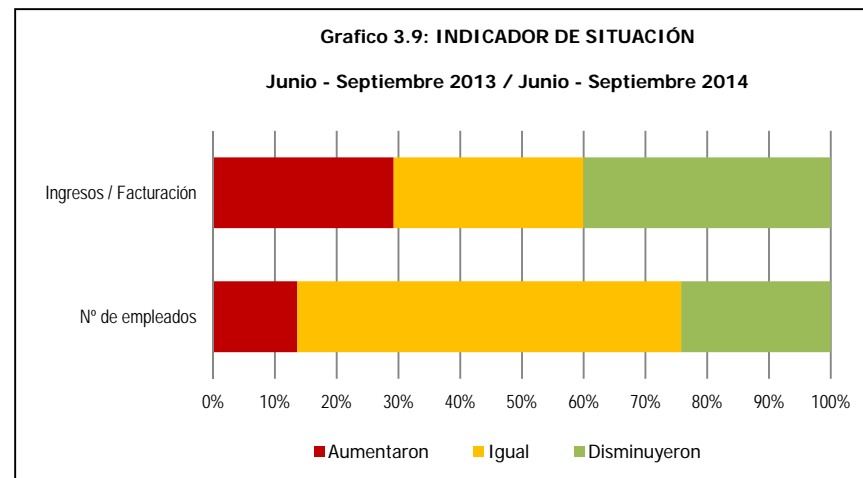
La relación entre el indicador de expectativas de los meses de Junio a Septiembre de 2014 con el indicador de situación de Junio a Septiembre de 2014 indica que las expectativas sobre el número de empleados se asemeja a la situación real (dif.: 0,44% en valor absoluto); mientras que para los ingresos y la facturación se esperaban signos altamente negativos mientras que los resultados actuales evidencian signos claramente positivos (dif.: 21,75% en valor absoluto).

	Indicador de Expectativas Junio a Septiembre de 2014	Indicador de Situación Junio a Septiembre de 2014
Ingresos / Facturación	- 13,69%	+ 8,06%
Nº de Empleados	+ 1,27%	+ 1,71%

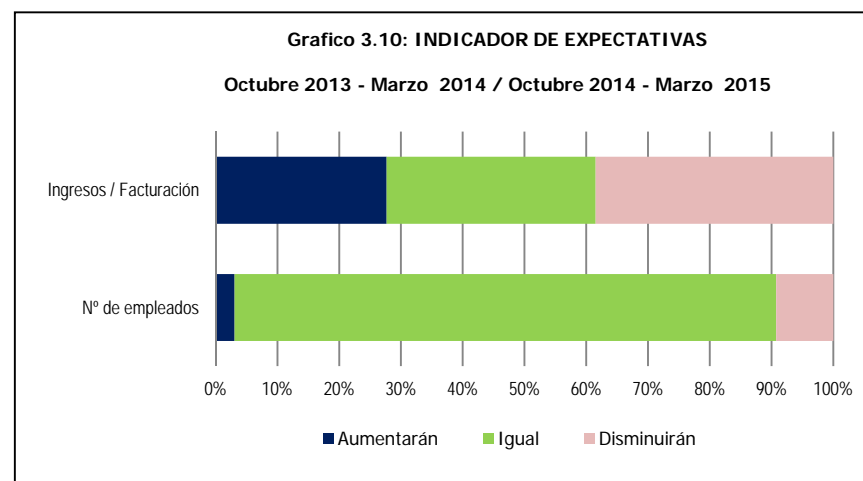
### 3.1.5 Confianza Empresarial del Sector Restauración de Burgos

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL: - 10,77%**

La Confianza Empresarial del sector Restauración de Burgos presenta signos negativos (-10,77%), siendo el mismo saldo para la situación y la expectativa.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.



## Cumplimiento de las expectativas

La relación entre el indicador de expectativas de los meses de Junio a Septiembre de 2014 con el indicador de situación de Junio a Septiembre de 2014 indica que mientras para Ingresos / Facturación lo esperado y la situación real se asemejan (dif.:1,48% en valor absoluto), por lo que se cumplen las expectativas en este sentido; en lo referente al número de empleados no se cumplen (dif.:17,94% en valor absoluto), dado que se esperaba un incremento en el número de empleados y la situación actual que señalan los encuestados indica una disminución.

	Indicador de Expectativas Junio a Septiembre de 2014	Indicador de Situación Junio a Septiembre de 2014
Ingresos / Facturación	- 9,29%	- 10,77%
Nº de Empleados	+ 7,33%	- 10,61%

## 3.2 RESULTADOS CUALITATIVOS

A continuación se presentan los principales resultados de percepción de los encuestados sobre aquellos factores que influyen en la marcha del negocio así como aquellos aspectos que se pueden mejorar para que el sector incrementase la actividad del turismo en Burgos, a diferencia que en el periodo anterior, en este se deja el campo abierto, sin establecer previamente posibles respuestas, para que los encuestados puedan aportar aquellos aspectos que consideren.

### 3.2.1 Factores que influyen en la marcha de su negocio

Del total de 193 entrevistas realizadas un total de 154 establecimientos (79,79%) indica alguno o varios factores que influyen en la marcha de su negocio.

La agrupación de respuestas literales ofrecidas indica cómo la crisis y la actual situación económica es el factor que más influye en la marcha del negocio (más del 40% indican este aspecto), seguido de otros aspectos con porcentajes

por encima del 10% como son el clima, las actividades que se realizan y la tipología determinada y fija de establecimiento.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Otros motivos con menos peso son: aparcamiento, atracción de la zona, ayudas municipales, cambio de hábitos, cambio parada autobús turístico, clientes extranjeros, confianza, edad de los empleados, incremento de turismo extranjero, oferta (mucho) profesionalidad de establecimiento trato a clientes, trato al cliente, turismo de grupo y organizado, valoración del establecimiento por internet, dedicación familiar, empresas del entorno, imagen del establecimiento, obras, peregrinos, Camino de Santiago, estrategias para captar más turistas, trato al cliente, turismo.

### 3.2.2 Qué mejoraría para incrementar la actividad en el sector

Del total de 193 entrevistas realizadas un total de 126 establecimientos (65,28%) indican alguno o varios aspectos que mejorarían para incrementar la actividad del sector.

La agrupación de respuestas ofrecidas establece la potenciación de acciones de promoción e información como el principal aspecto a mejorar (47,62%), seguido de la creación y diversificación de actividades (15,87%), el mayor apoyo de las instituciones locales y regionales (9,52%), la salida de la crisis y de la actual situación económica general y particular de los clientes (7,94%) y la mejora de las carreteras (7,14%) son los aspectos a mejorar más destacados.



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Otros motivos con menos peso (por debajo del 3%) son: clima, más personal, mejorar monumentos, mucha oferta y poca demanda, calidad del establecimiento, competitividad precios, Instalaciones del pueblo, potenciar gastronomía, transporte, wifi, ayudas, horarios, mejora instalaciones, mejorar imagen de marca y menos impuestos.



# 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 **cuarto período comprendido desde junio a septiembre de 2014**, 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			63	11,1
Bureba-Ebro			92	16,1
Amaya-Camino			98	17,2
Sierra de la Demanda			83	14,6
Merindades			77	13,5
Pinares			52	9,1
Ribera del Duero			105	18,4
Burgos	559	100		
TOTAL	559	49,5	570	50,5
TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS		1.129	100%	

### 4.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha de Realización	Mayo a Septiembre de 2014.
Recogida de la información	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)).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y mediante algunos establecimientos colaboradores). Dos tiempos: entresemana y fin de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan Burgos (ciudad y/o provincia).
Tipo de Muestreo	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.
Muestra	Ver tabla.
Nivel de Confianza	95%
Error Muestral	Error muestral: $\pm 2,917\%$ sobre datos generales; $\pm 4,145\%$ para datos de la ciudad y $\pm 4,217\%$ para datos de la provincia.
Ámbito geográfico	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 en la ciudad como en 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 anteriores períodos de encuestación. Los aspectos más importantes a destacar son: el perfil del visitante de la ciudad y provincia de Burgos en este cuarto periodo es de un matrimonio/pareja, tanto en la ciudad como de la provincia (57,2% y 73,3% respectivamente), con un rango de edad de entre 25 y 39 años de edad en ciudad (35,2%) y entre 40 y 54 años en provincia (35,8%), con procedencia de España, principalmente en la provincia (84,9%); se observan diferencias sobre la provincia de procedencia entre la ciudad (1. Madrid (8,8%), 2. Barcelona (7,7%) y 3. Vizcaya (5,1%)) y la provincia (1. Madrid (18,0%), 2. Burgos (13,3%) y 3. Vizcaya (7,9%)). Del 29,2% de visitantes de la ciudad que no son de España existe amplia variedad de procedencias, destacando Francia (4,8%), Alemania (3,6%) y Estados Unidos (3,0%). No se aprecian diferencias según el sexo de los visitantes: tanto en la ciudad (Hombre: 42,8%, Mujer: 57,2%) como en la provincia (Hombre: 49,6%, Mujer: 50,4%), 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 46,3% de los visitantes de la ciudad y un 64,3% los de la provincia. No se aprecian diferencias en cuanto a si hacen o no turismo con sus hijos (49,1% y 50,2%, 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 (78,4% y 63,8% 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 (47,0%

y 53,5% respectivamente), seguido por jubilado en ciudad (24,5%) y trabajador por cuenta propia en provincia (13,7%).

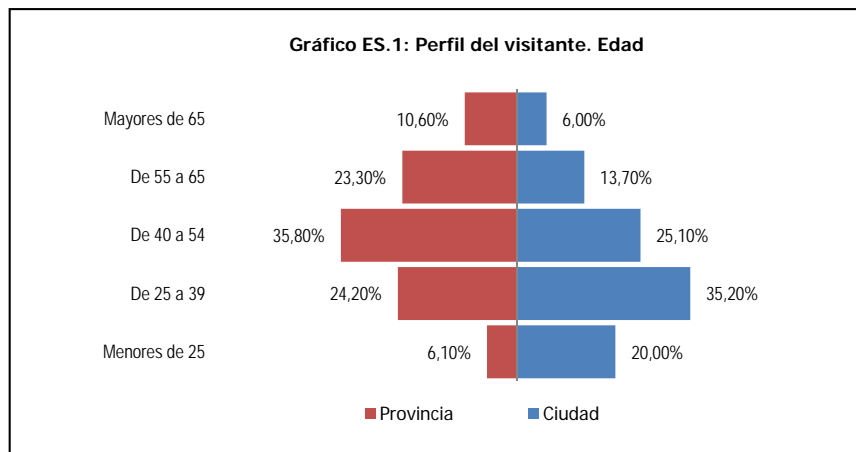
**Tabla ES. 1: Perfil del Visitante**

	Ciudad	Provincia
<b>Sexo</b>	Hombre (42,8%) / Mujer (57,2%)	Hombre (49,6%) / Mujer (50,4%)
<b>Edad</b>	Entre 25 y 39 años (35,2%)	Entre 40 y 54 años (35,8%)
<b>Procedencia</b>	España (70,8%) Comunidad 1. Cataluña (9,3%) 2. Madrid (8,8%) 2. Castilla y León (8,4%)	España (84,9%) Provincia 1. Madrid (8,8%) 2. Barcelona (7,7%) 3. Vizcaya (5,1%) 1. Castilla y León (20,5%) 2. Madrid (18,0%) 3. País Vasco (13,7%) 1. Madrid (18,0%) 2. Burgos (13,3%) 3. Vizcaya (7,9%)
<b>Nivel de Estudios</b>	Universitarios (78,4%)	Universitarios (63,8%)
<b>Estado Civil</b>	Casado / En pareja (57,2%)	Casado / En pareja (73,3%)
<b>Hijos</b>	Con hijos (46,3%) Un 49,1% hacen turismo con ellos	Con hijos (64,3%) Un 50,2% hacen turismo con ellos
<b>Ocupación</b>	1. Tareas del hogar (47,0%) 2. Jubilado (24,5%)	1. Tareas del hogar (53,5%) 2. Trabajador por cuenta propia (13,7%)
<b>Modo de Viaje</b>	1. Con amigos (33,8%) 2. Viaje organizado (32,7%)	1. Con amigos (34,6%) 2. Viaje organizado (31,6%)
<b>Ingresos Familiares (neto mensual)</b>	1. Hasta 1.999€ (54,1%) 2. De 2.000 a 2.999€ (24,2%)	1. Hasta 1.999€ (37,5%) 2. De 2.000 a 2.999€ (29,6%)

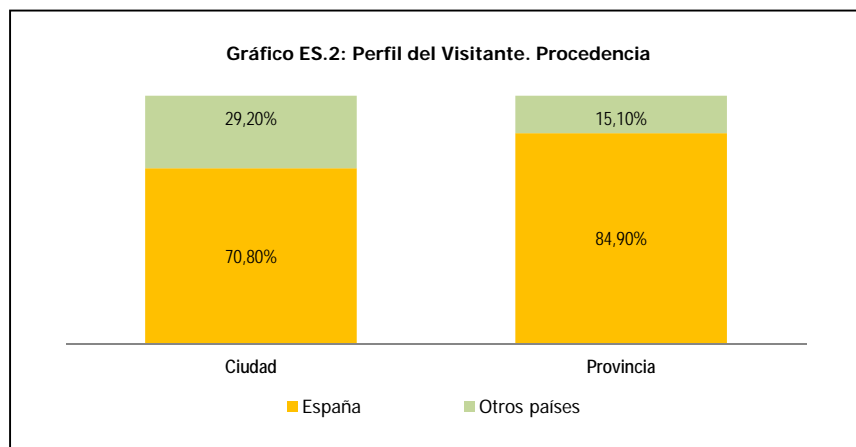
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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, donde más diferencias cuantitativas se aprecian es en los intervalos de edad de 40 a 54 años, el segundo más destacado, con un 35,8% en la provincia y un 25,1% en la ciudad. Finalmente, el intervalo menos numeroso, "mayores de 65

años” que en la ciudad suponen un 6,0% y en la provincia “menores de 25 años” que representan un 6,1%.

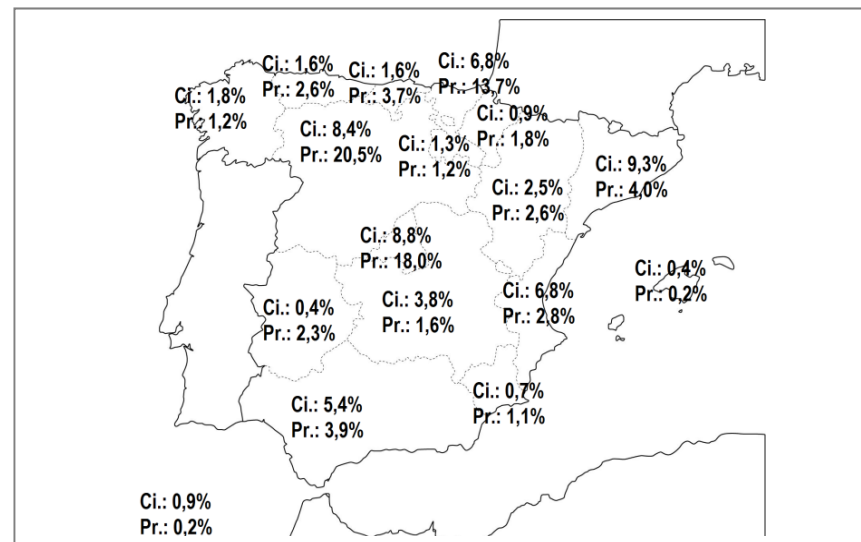


$N_{ciudad} = 546$  (97,70% del total);  $N_{provincia} = 558$  (97,90% del total)  
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 555$  (93,30% del total);  $N_{provincia} = 569$  (99,85% del total)  
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



$N_{ciudad} = 559$  (100% del total);  $N_{provincia} = 570$  (100% del total)  
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

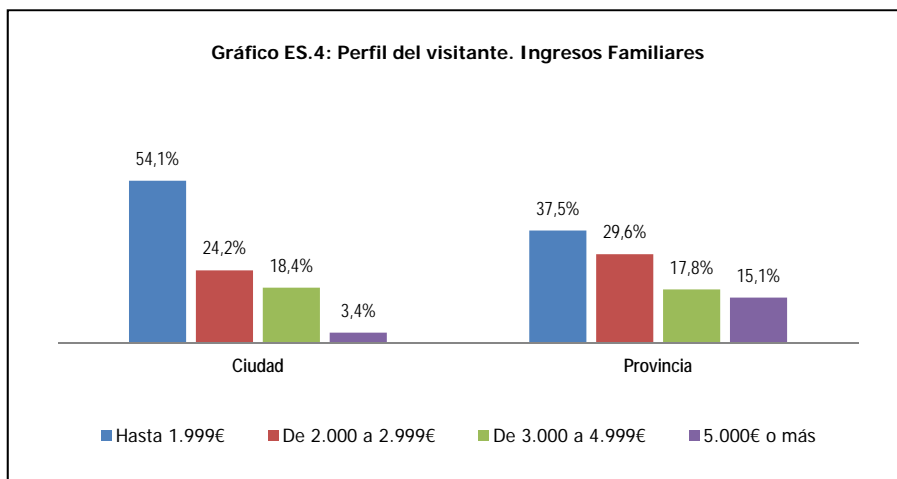
La tabla ES.2, referida al **modo de viajar del visitante**, nos muestra que los visitantes que llegan a la ciudad o la provincia, han organizado su viaje con amigos principalmente, siendo un 33,8% en la ciudad y un 34,6% en la provincia, seguido de viaje organizado (32,7% y 31,6%, respectivamente).

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

	Sólo	Con amigos	Viaje organizado	En pareja	IMSERSO	Otros
<b>Ciudad</b>	11,3%	33,8%	32,7%	3,4%	1,6%	30,4%
<b>Provincia</b>	9,8%	34,6%	31,6%	3,2%	0,4%	30,9%

$N_{ciudad} = 633$  (113,20% del total);  $N_{provincia} = 631$  (110,70% 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. Se observa que los visitantes tanto de ciudad como de provincia, se sitúan con ingresos hasta 1.999€ (54,1% y 37,5% respectivamente). En la ciudad un 24,2% indican de 2.000 a 2.999€, mientras que en provincia este porcentaje es ligeramente superior (29,6%) (gráfico ES.4).



N<sub>ciudad</sub> = 207 (37,00% del total); N<sub>provincia</sub> = 152 (26,70% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



### 4.3 Preparación de la Visita

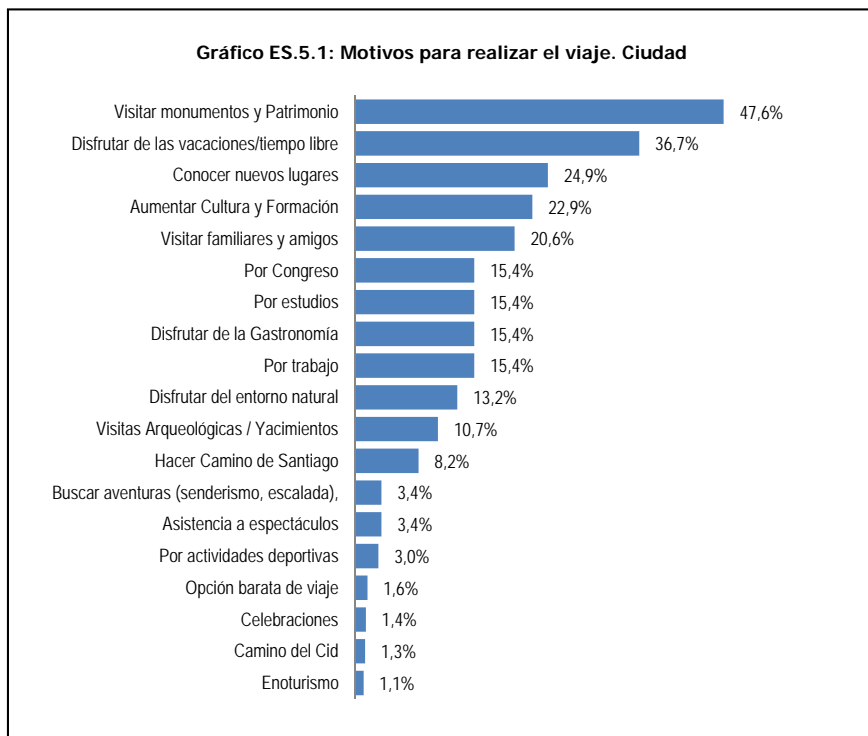
En la siguiente tabla (tabla ES.3) se incluye una visión general de los aspectos relacionados con la preparación de la visita: motivos, conocimiento previo, transporte, herramientas para contratar, etc.

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

	Ciudad	Provincia
<b>Motivos para realizar el viaje</b>	1. Monumentos y Patrimonio (47,6%) 2. Vacaciones / Tiempo Libre (36,7%) 3. Conocer lugares nuevos (24,9%) 4. Aumentar Cultura y Formación (22,9%)	1. Vacaciones / Tiempo Libre (38,2%) 2. Monumentos y Patrimonio (33,0%) 3. Entorno Natural (33,0%) 4. Conocer lugares nuevos (24,4%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos ciudad?</b>	SI (55,3%)	SI (81,4%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	SI (42,5%)	SI (80,0%)
<b>Conocimientos del destino</b>	1. Amigos / Familia (32,8%) 2. Internet (23,0%) 3. Soy de la zona (15,7%)	1. Amigos / Familia (28,5%) 2. Internet (24,1%) 3. Soy de la zona (21,9%)
<b>Uso de Internet</b>	Mayoritariamente sólo para información (67,7%)	Mayoritariamente sólo para información (83,8%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (67,3%)	Turismo (70,0%)
<b>Organización de la visita</b>	1. Sin contratación previa (47,8%) 2. Internet (25,4%)	1. Sin contratación previa (50,0%) 2. Internet (12,6%)

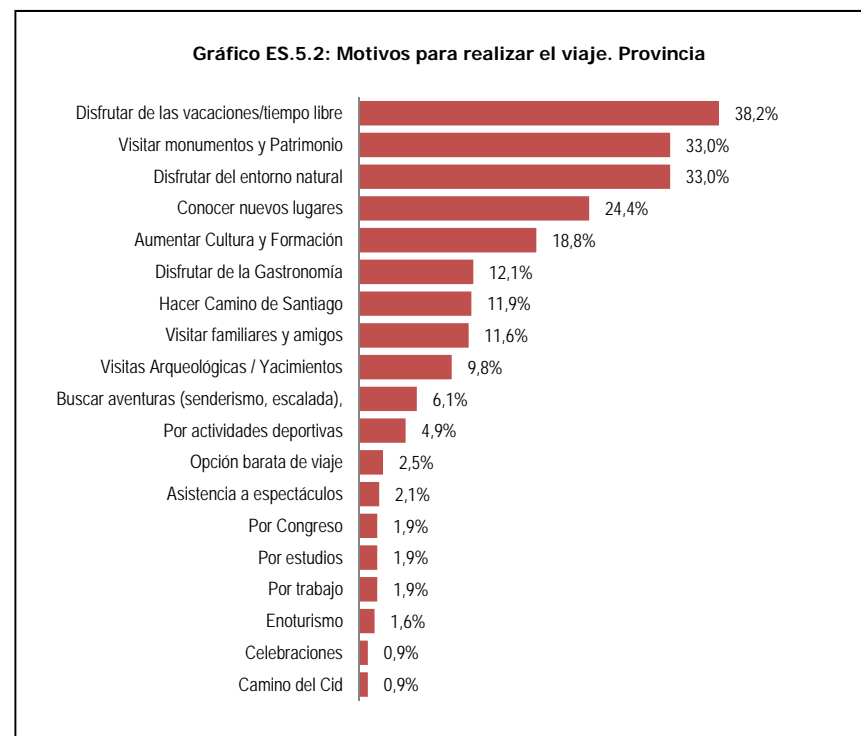
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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: Visitar monumentos y patrimonio (47,6%), Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (36,7%), Conocer lugares nuevos (24,9%) y Aumentar Cultura y Formación (22,9%). Por otro lado, en la provincia, los principales motivos para visitar la misma son: Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (38,2%), Visitar monumentos y Patrimonio y Disfrutar del entorno natural (33,0% respectivamente) y Conocer lugares nuevos (24,4%) (gráfico ES.5).



N<sub>ciudad</sub> = 553 (98,90% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



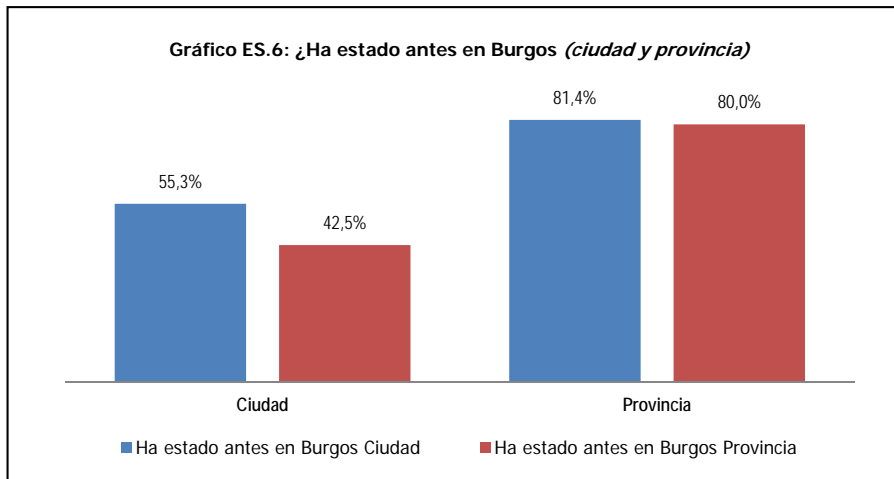
N<sub>provincia</sub> = 566 (99,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Un aspecto 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 55,3% de los visitantes de la ciudad ya habían estado anteriormente en ella, de este porcentaje, un 47,7% habían estado una vez y un 20,0% cuatro o más veces. De los que en esta ocasión visitaron la ciudad, un 42,5% habían visitado previamente la provincia, y de estos últimos, un 35,1% habían estado una vez y un 33,3% lo hicieron en cuatro o más ocasiones (gráfico ES.6).



En segundo lugar, y centrándonos en la muestra que ahora visitaba la provincia, un 80,0% ya había estado previamente antes en la misma, en concreto un 50,0% lo hacían en cuatro o más ocasiones y un 27,8% habían estado una vez. De esta muestra, un 81,4% habían estado anteriormente en la ciudad, de los cuales, un 27,5% lo habían hecho en cuatro ocasiones o más y un 32,5% habían estado una vez.



Ha estado antes en Burgos Ciudad: N = 1.110 (98,30% del total)  
 Ha estado antes en Burgos Provincia: N = 1.046 (92,60% del total)  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



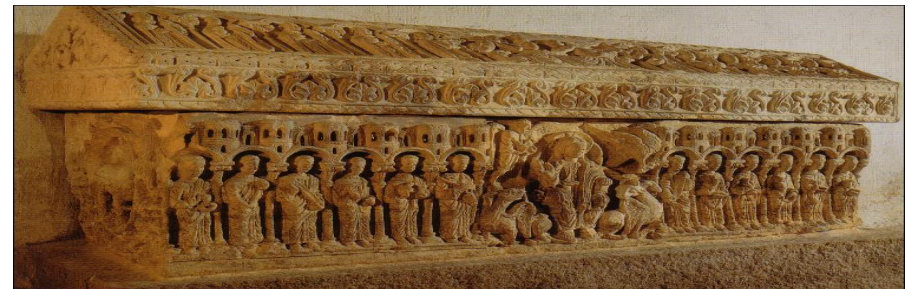
**Tabla ES.4: Número de veces que ha estado en la Ciudad y Provincia**

	Ciudad		Provincia	
	Visitantes de la ...		Visitantes de la ...	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
1 vez	47,7%	35,1%	32,5%	27,8%
2 veces	20,0%	19,3%	20,0%	8,3%
3 veces	12,3%	12,3%	20,0%	13,9%
4 ó más veces	20,0%	33,3%	27,5%	50,0%

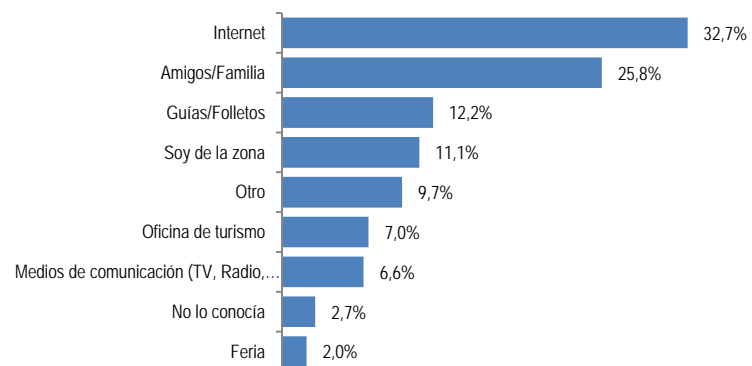
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 internet (32,7%). La segunda fuente de información es a través de amigos/familia, es decir fuentes personales (25,8%). Las siguientes fuentes de información, son guías o folletos publicitarios, ser de la zona y otras fuentes principalmente (gráfico ES.7).

En cuanto a los visitantes de la provincia, se aprecian algunas diferencias que pasamos a detallar. La principal fuente de información son las fuentes personales: familiares y amigos, casi el 25,4%, seguido de ser de la zona, con un 18,2%; Internet (14,6%) y otras fuentes.



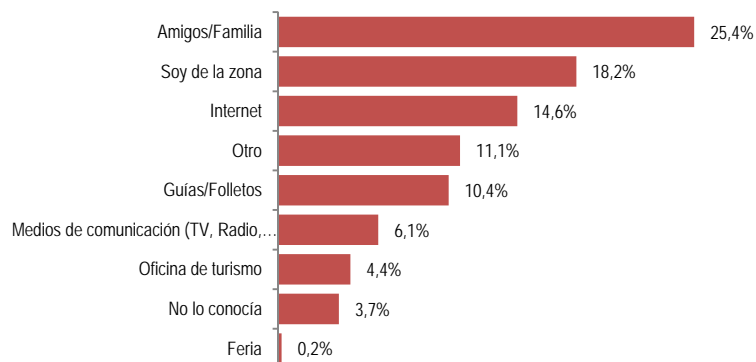
**Gráfico ES. 7: Conocimiento del destino. Ciudad**



N<sub>ciudad</sub> = 483 (86,40% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



N<sub>ciudad</sub> = 416 (73,0% del total)

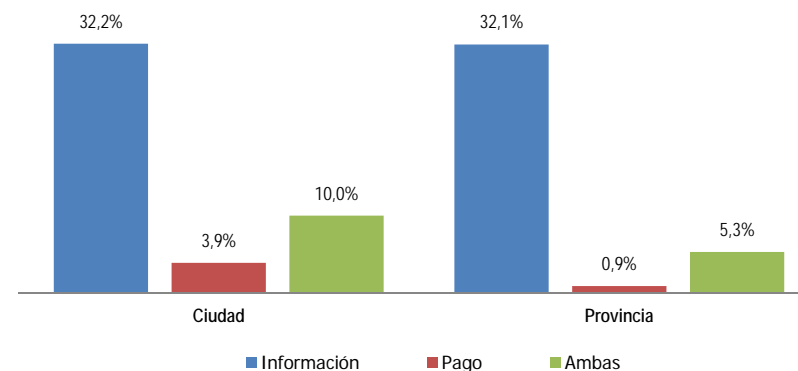
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 (67,7%) como para la provincia (83,8%), seguido de su uso como medio de Información y pago conjuntamente (gráfico ES.8)

En cuanto a su utilización para buscar **información sobre alojamientos**, se aprecian importantes diferencias entre la ciudad y la provincia. Así sólo es utilizado para buscar información por un 66,9% en la ciudad, mientras que es utilizado por un 84,1% en la provincia. Sin embargo, es más utilizado como medio de Información y pago en la ciudad (26,0%) en comparación a la provincia (15,5%) (gráfico ES.8).

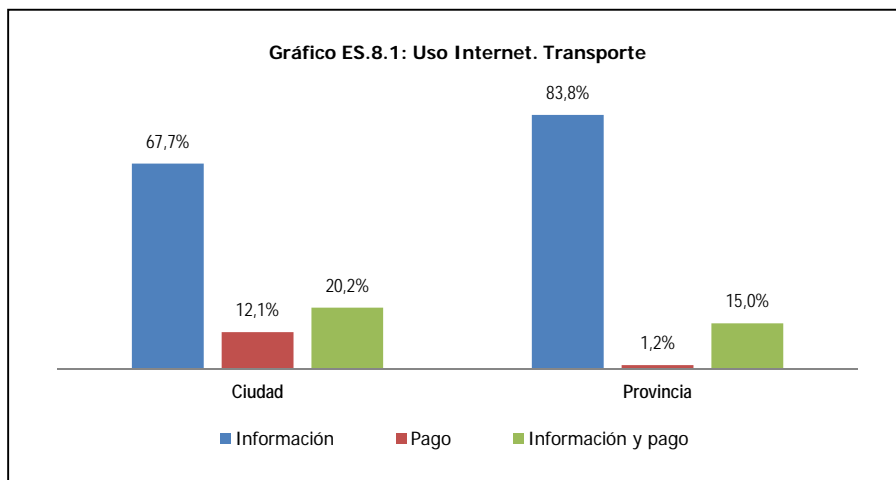
Finalmente, cuando es utilizado para localizar **información sobre actividades/horarios de visitas**, los que visitaron la ciudad lo utilizaron en un 88,3% y un 90,4% por parte de los que visitaron la provincia (gráfico ES.8.3)

**Gráfico ES.8: Uso Internet**



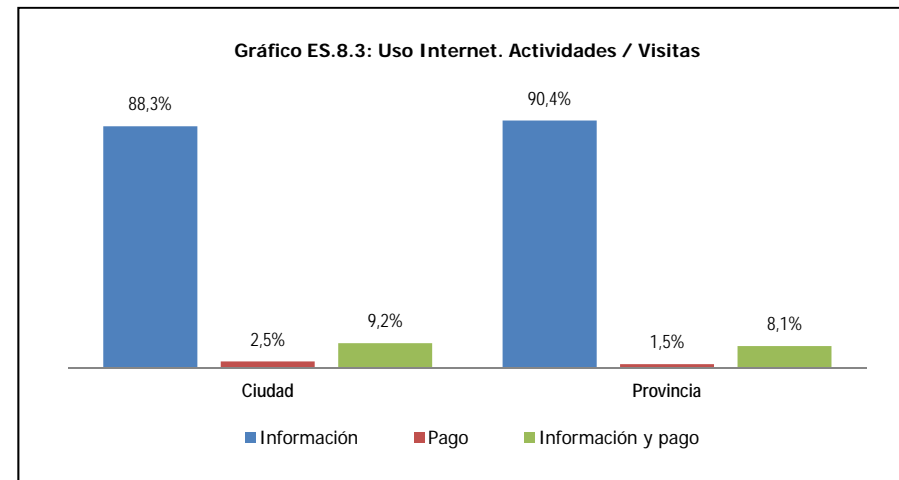
N<sub>ciudad</sub> = 220 (39,4% del total) y N<sub>provincia</sub> = 209 (36,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



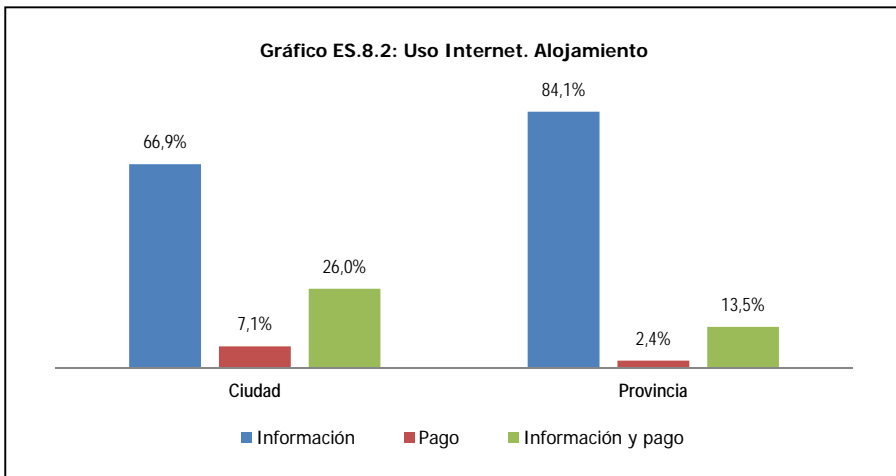
$N_{ciudad} = 124$  (22,24% del total) y  $N_{provincia} = 80$  (14,0% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 120$  (21,25% del total) y  $N_{provincia} = 135$  (23,70% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 169$  (30,20% del total) y  $N_{provincia} = 126$  (22,10% del total)

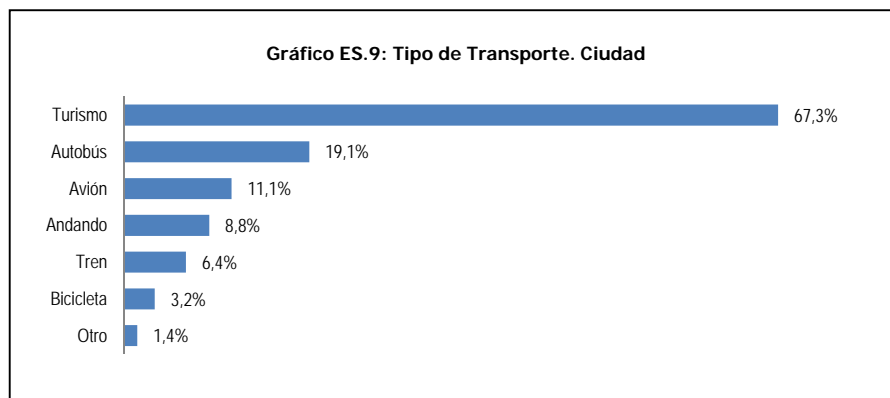
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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

	Transporte		Alojamiento		Actividades/Visitas	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
Información	68%	84%	67%	84%	88%	90%
Pago	12%	1%	7%	2%	3%	2%
Ambas	20%	15%	26%	14%	9%	8%

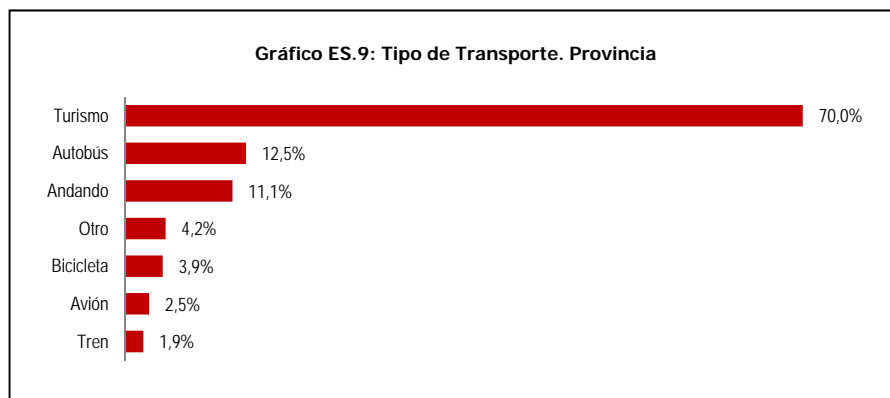
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En relación con el **medio de transporte** empleado para realizar el desplazamiento es mayoritariamente en ambos casos el "turismo" (63,7% en ciudad y 70,0% en provincia), seguido, pero con valores bastante inferiores, del autobús y andando, los que realizan el Camino de Santiago, para la ciudad y en la provincia tendríamos andando, los que realizan el Camino de Santiago, y el autobús principalmente (gráfico ES.9).



N<sub>ciudad</sub> = 542 (97,00% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>ciudad</sub> = 558 (97,90% 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 (47,80%) y también por los de la provincia (50,00%) seguido de internet

como método empleado por los visitantes de la ciudad (25,40%) y para los de la provincia (12,60%), siendo únicamente un 2,90% quienes organizan su visita a la ciudad por agencia de viajes y un 1,9% en la provincia (tabla ES.6).

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

	Visitantes de la...	
	Ciudad	Provincia
Agencia de viajes	2,90%	1,90%
Por teléfono	2,50%	6,00%
Por internet	25,40%	12,60%
Sin contratación previa	47,80%	50,00%
Otro	1,30%	2,60%

N<sub>ciudad</sub> = 446 (79,80% del total) y N<sub>provincia</sub> = 417 (73,20% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Igualmente, un análisis del uso de **internet** sobre las **actividades / Visitas** indica que los visitantes de la ciudad y de la provincia utilizan mayoritariamente internet, en lo referente a actividades y visitas, para buscar información (88,3% y 90,4% respectivamente), siendo en actividades y visitas los porcentajes más altos (gráfico ES.8.3).



#### 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

Tabla ES. 7: Visita		
	Ciudad	Provincia
Duración	4 ó más días (31,0%)	1 día (45,5%)
Pernoctación	Si (85,0%)	Si (67,5%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (53,9%) 3 estrellas (46,2%) y 4 estrellas (39,6%)	Hotel (31,7%) 3 estrellas (27,3%) y 4 estrellas (63,6%)
Itinerario realizado	Sólo Burgos (63,9%)	Sólo Provincia (60,4%)
Principales gastos de la visita	Restauración (65,8%) y Alojamiento (46,5%)	Restauración (53,2%) y Bares / Cafeterías (32,3%)
Gasto total de la visita (persona/día)	<60€ (57,1%)	<60€ (62,2%)
Modo de comidas	Menú del Día (28,3%) y Tapas (23,6%)	Menú del día (33,3%) y A la Carta (21,1%)

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 31,0% y dos días el 28,4%. En la provincia, un día permanecieron el 45,50%, y 4 ó más días el 24,5% de los visitantes (tabla ES.8).



Tabla ES.8: Duración de la Visita

	Ciudad	Provincia
1 día	25,10%	45,50%
2 días	28,40%	18,20%
3 días	15,40%	11,70%
4 o más días	31,00%	24,50%

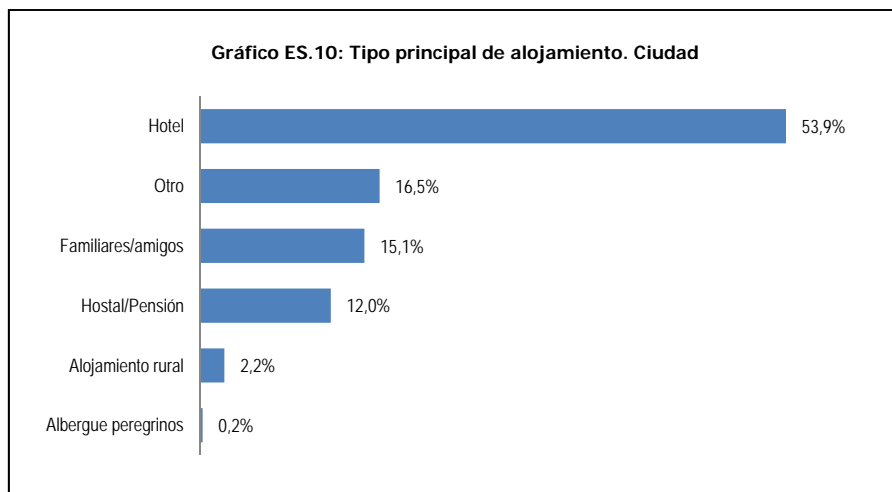
$N_{ciudad} = 538$  (96,20% del total) y  $N_{provincia} = 554$  (97,20% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Acorde con la duración de la visita, se analizan las **pernoctaciones** (Si ó No) y el número de pernoctaciones que realizan los visitantes (sobre  $N_{ciudad}=508$  (90,9% del total) y  $N_{provincia}=467$  (81,9% del total)), destacando que un 85,0% de los visitantes de la ciudad sí pernoctan en Burgos, principalmente 1 ó 2 noches (29,2% y 27,4% respectivamente); mientras que un 67,5% de los visitantes de la provincia indican que sí pernoctan, principalmente 1 ó 2 noches (23,0% y 36,7% respectivamente).

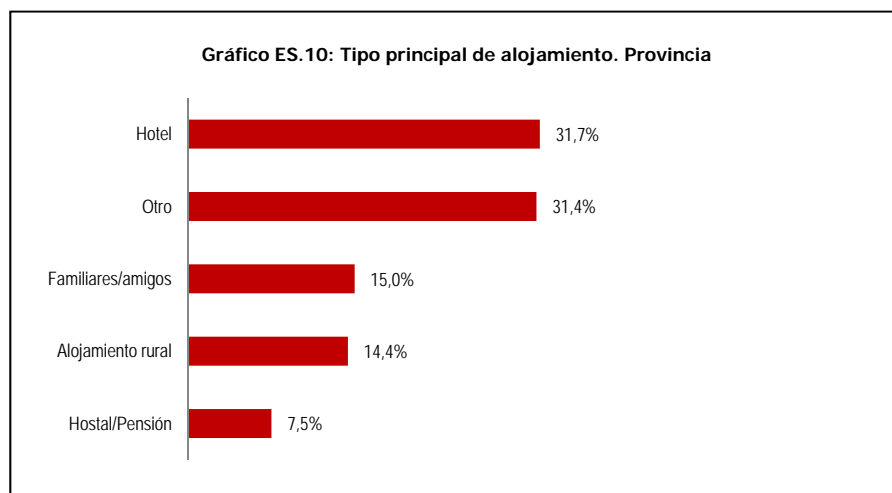
El **tipo de alojamiento** mayoritariamente elegido tanto en visitantes de la ciudad como de la provincia es el Hotel (53,9% y 31,7% respectivamente) de 3 estrellas (46,2% y 27,3% respectivamente) y 4 estrellas (39,6% y 63,6% respectivamente). El segundo tipo de alojamiento empleado en ambos casos es en casas de familiares y amigos (15,1% y 15,0% respectivamente), mientras que el tercer tipo difiere entre visitantes de la ciudad, que indican hostales y pensiones (12,0%), y visitantes de la provincia, que indican alojamientos rurales (14,4%) (gráfico ES.10).





N<sub>ciudad</sub>=449 (80,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>provincia</sub>=334 (58,60% 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 (63,9%), mientras que un 18,2% indican que visitan la ciudad y la provincia y un 8,6% indican que Burgos y otras ciudades. Entre los visitantes de la provincia un 60,4% indican que sólo visitan la provincia, un 20,4% la provincia y la ciudad de Burgos y un 6,8% indican que Burgos y otras ciudades.

En cuanto a los **principales gastos de la visita** la restauración y el alojamiento continúan siendo los más indicados, siendo el reparto porcentual en visitantes de ciudad y provincia, en alojamiento (46,5% y 31,2%, respectivamente) y en restauración (65,8% y 53,2%, respectivamente) destacando igualmente en este cuarto periodo el incremento del porcentaje del transporte en los visitantes de la provincia. (tabla ES.9).

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

	Ciudad	Provincia
Compras	16,5%	11,4%
Cultura/Ocio	23,8%	14,7%
Transporte	14,8%	20,2%
Alojamiento	46,5%	31,2%
Bares/Cafeterías	36,9%	32,3%
Restauración	65,8%	53,2%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

El **gasto total en la visita por persona y día** indica mayoritariamente un gasto menor de 60€ tanto en la ciudad (57,1%) como en la provincia (62,2%) (tabla ES.10).

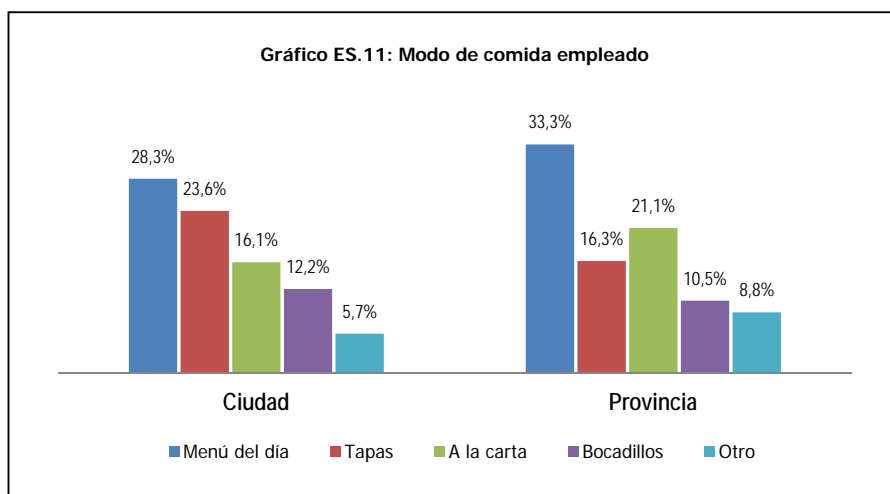
**Tabla ES.10: Gastos por persona / día**

	Ciudad	Provincia
< 60€	57,1%	62,2%
61 - 100€	22,1%	20,7%
101 - 150€	16,9%	11,7%
151 - 250€	3,2%	3,6%
> 250€	0,7%	1,8%

$N_{\text{ciudad}} = 403$  (71,20% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 392$  (68,80% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En los **modos de comida** más empleados de 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” (28,3%), seguido de “las tapas” (23,6%). En cuanto a los visitantes de la provincia, destaca por encima de todas las modalidades “el menú del día” (33,3%), seguido de la modalidad “a la carta” (21,1%) (gráfico ES.11).



Nota:  $N_{\text{ciudad}} = 350$  (62,20% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 369$  (64,70% 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 4,40 para la ciudad y 4,43 para la provincia, cifras casi idénticas a las obtenidas en los periodos de encuestación anteriores.

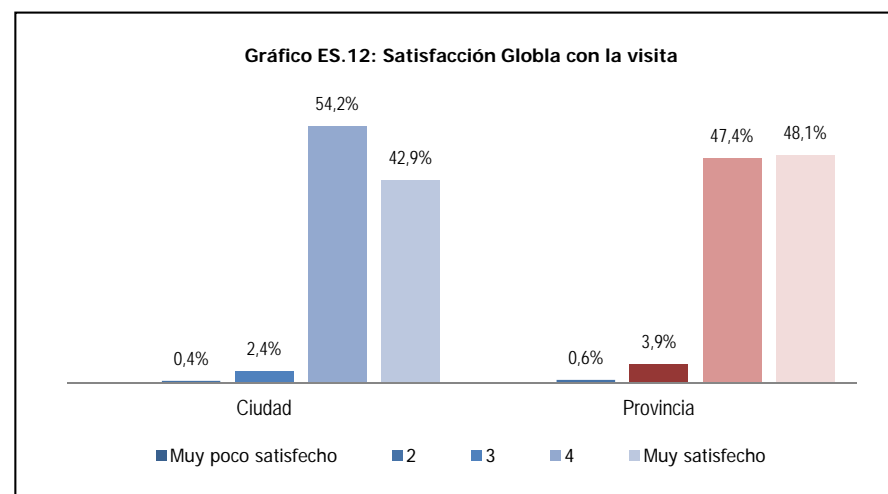
**Tabla ES.11: Descriptivos Satisfacción Global con la Visita**

Ciudad			Provincia		
N	Media	Desviación Típica	N	Media	Desviación Típica
459	4,40 sobre 5	0,560	462	4,43 sobre 5	0,602

Nota: ( $N_{\text{ciudad}} = 459$  (82,10% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 462$  (81,10% del total).

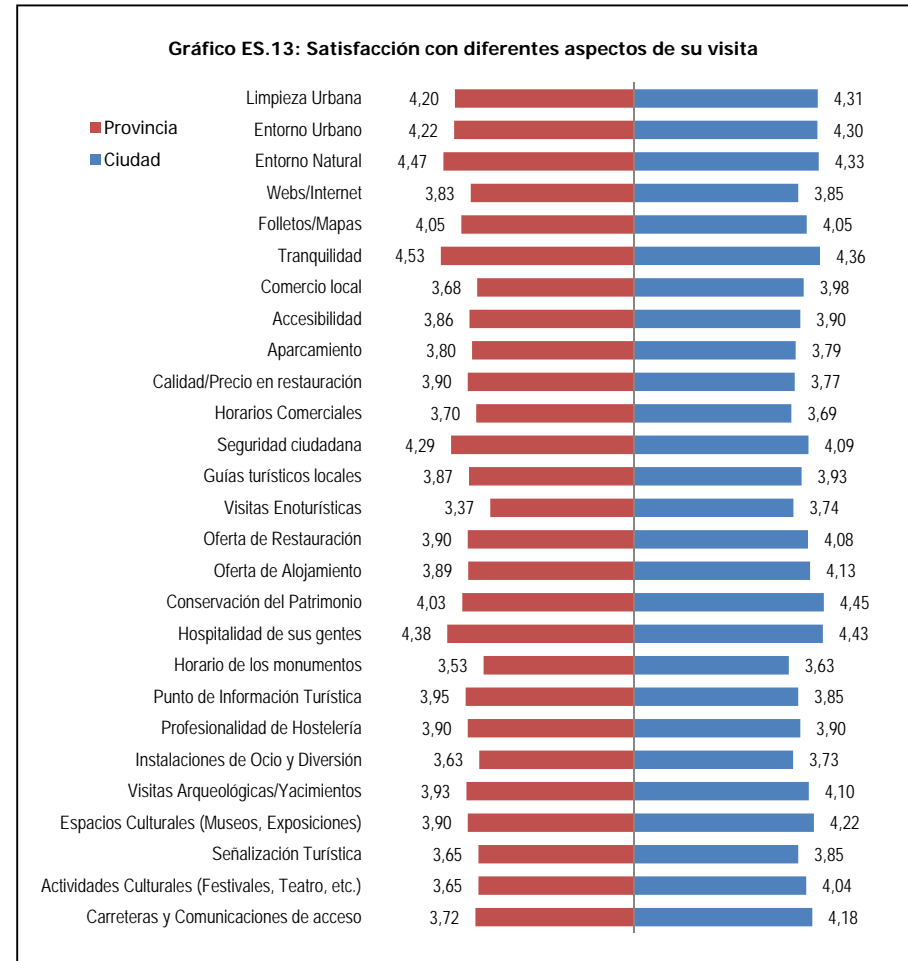
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 hospitalidad de sus gentes (4,43), la conservación del patrimonio (4,45) y en tercer lugar la tranquilidad (4,36) entre otros; mientras que entre los visitantes de la provincia se destacan aspectos como el entorno natural (4,47), la hospitalidad de sus gentes (4,38) y la seguridad ciudadana (4,29). Los aspectos de menor satisfacción entre los visitantes tanto de la ciudad como de la provincia son las instalaciones de ocio y diversión (3,73 y 3,63 respectivamente), los horarios de los monumentos (3,63 y 3,53 respectivamente) y los horarios comerciales (3,69 y 3,70 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 al destino, etc. Igualmente también se recogen literalmente los servicios a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideran oportunas.

La conclusión al analizar estos aspectos, no es sólo el mantenimiento, sino el incremento de los altos porcentajes de recomendación y de regreso al destino, destacando que el 99,40% de los visitantes de la ciudad y el 99,00% 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).

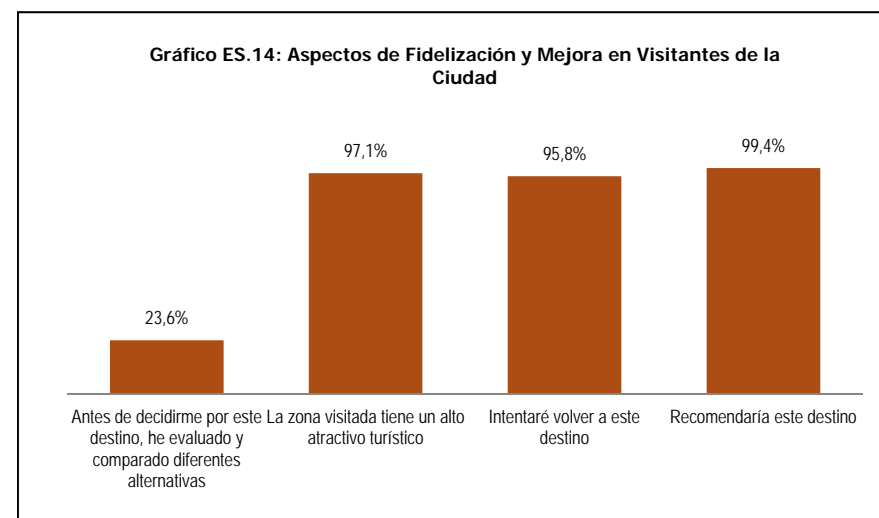
**Tabla ES.12: Fidelización**

	Ciudad	Provincia
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas <small>N<sub>ciudad</sub> = 330 (59,0% del total) y N<sub>provincia</sub> = 336 (58,9% del total)</small>	23,60%	24,40%
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico <small>N<sub>ciudad</sub> = 511 (91,4% del total) y N<sub>provincia</sub> = 517 (90,7% del total)</small>	97,10%	95,20%
Intentaré volver a este destino <small>N<sub>ciudad</sub> = 496 (88,7% del total) y N<sub>provincia</sub> = 526 (92,3% del total)</small>	95,80%	95,80%
Recomendaría este destino <small>N<sub>ciudad</sub> = 514 (91,9% del total) y N<sub>provincia</sub> = 525 (92,1% del total)</small>	99,40%	99,00%

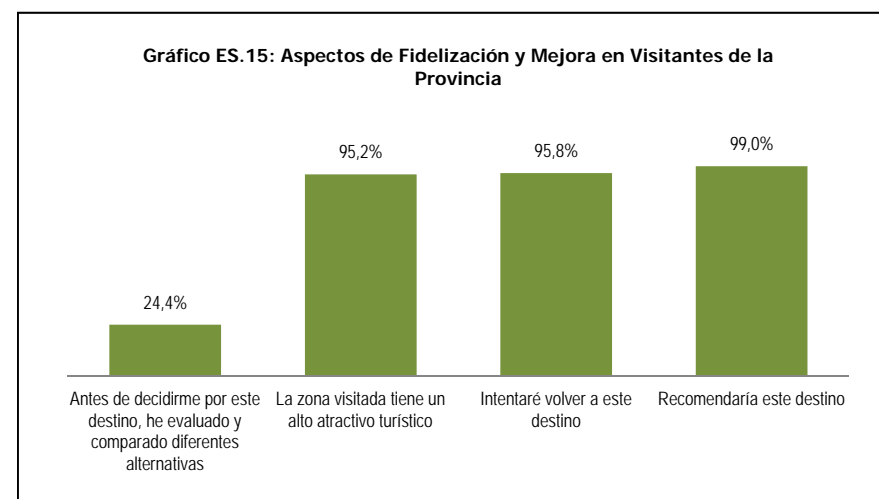
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Sonríe,  
es Burgos.



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

# 5 PERFIL Y PERCEPCIÓN

Análisis Comparado de los periodos de encuestación primero y cuarto

*Junio – Septiembre 2013 Vs Junio – Septiembre 2014*



## 5.2 Análisis Comparativo del Perfil y la Percepción del Visitante de la ciudad y la Provincia de Burgos (1º y 4º periodo de encuestación)

### 5.2.1 Introducción

A continuación se analizan de manera comparativa los datos obtenidos, para el primer y cuarto periodo de encuestación comprendiendo desde junio a septiembre de 2013 y junio a septiembre de 2014, 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 $p \geq 0,32$

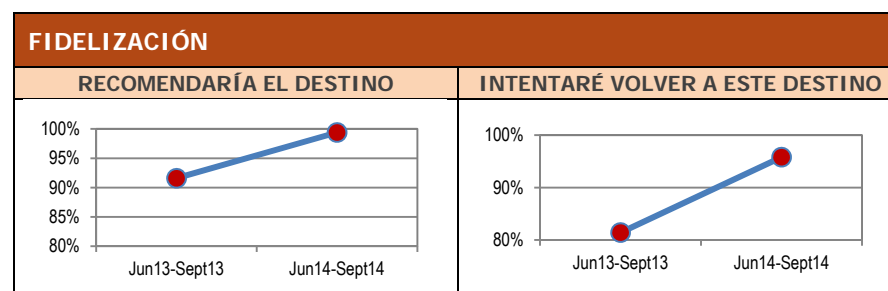
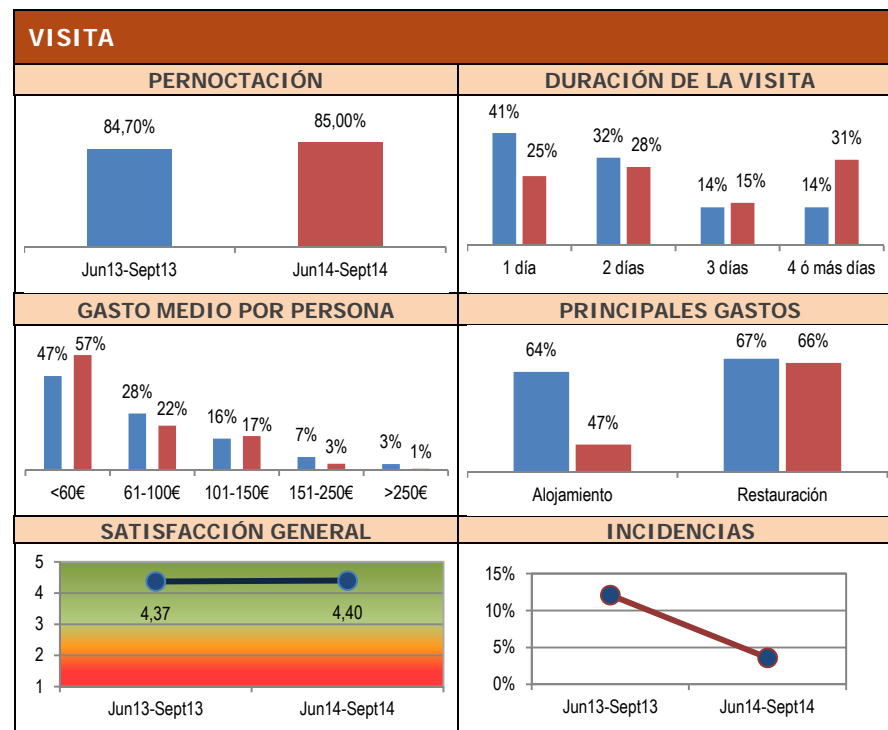
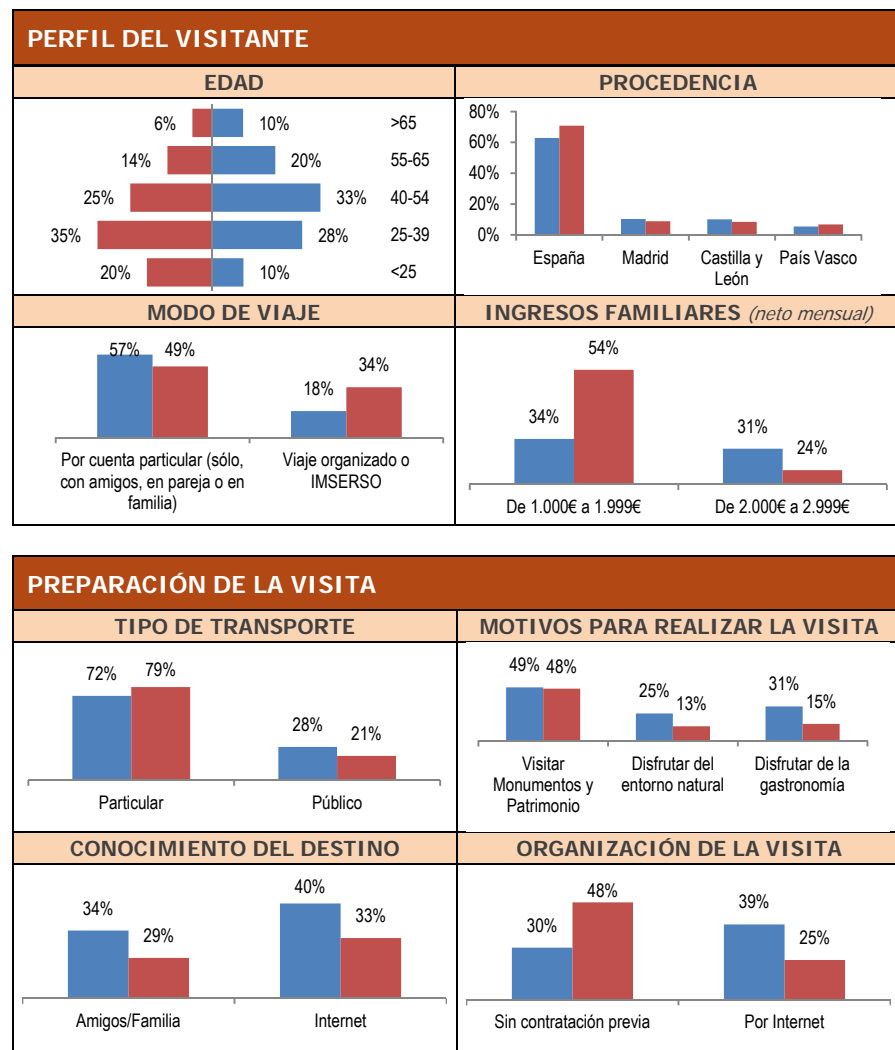
En este informe final y dada la extensión que supondría unos análisis de este tipo para los dos periodos de encuestación y con tantas variables, hemos optado por presentar de manera gráfica los resultados obtenidos en cada uno de los periodos de encuestación para aquellos ítems donde con carácter general, 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.



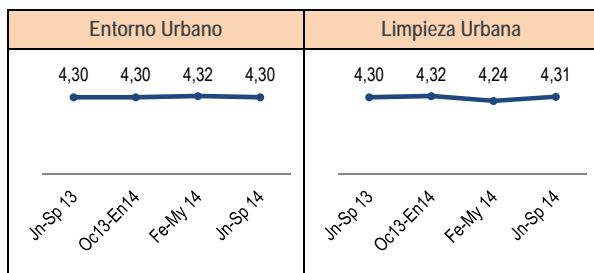
## 5.2.2 Análisis comparativo en visitantes de Burgos Ciudad

En **Azul**: de Junio a Septiembre de 2013 y En **Rojo**: de Junio a Septiembre de 2014.



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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,88</td><td>3,97</td><td>3,61</td><td>4,18</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,88	3,97	3,61	4,18	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,67</td><td>3,76</td><td>4,23</td><td>4,04</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,67	3,76	4,23	4,04	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,72</td><td>3,75</td><td>3,71</td><td>3,85</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,72	3,75	3,71	3,85
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,88	3,97	3,61	4,18																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,67	3,76	4,23	4,04																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,72	3,75	3,71	3,85																												
<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,97</td><td>4,09</td><td>4,30</td><td>4,22</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,97	4,09	4,30	4,22	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,00</td><td>4,07</td><td>3,55</td><td>4,1</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,00	4,07	3,55	4,1	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,71</td><td>3,66</td><td>4,08</td><td>3,73</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,71	3,66	4,08	3,73
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,97	4,09	4,30	4,22																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,00	4,07	3,55	4,1																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,71	3,66	4,08	3,73																												
<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,12</td><td>4,05</td><td>4,04</td><td>3,9</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,12	4,05	4,04	3,9	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,90</td><td>4,04</td><td>4,11</td><td>3,85</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,90	4,04	4,11	3,85	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,60</td><td>3,52</td><td>3,08</td><td>3,63</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,60	3,52	3,08	3,63
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,12	4,05	4,04	3,9																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,90	4,04	4,11	3,85																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,60	3,52	3,08	3,63																												
<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,18</td><td>4,29</td><td>4,41</td><td>4,43</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,18	4,29	4,41	4,43	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,21</td><td>4,32</td><td>4,32</td><td>4,45</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,21	4,32	4,32	4,45	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,00</td><td>4,00</td><td>4,08</td><td>4,13</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,00	4,00	4,08	4,13
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,18	4,29	4,41	4,43																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,21	4,32	4,32	4,45																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,00	4,00	4,08	4,13																												

<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,94</td><td>4,07</td><td>4,17</td><td>4,08</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,94	4,07	4,17	4,08	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,74</td><td>3,62</td><td>3,65</td><td>3,93</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,74	3,62	3,65	3,93	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,04</td><td>4,10</td><td>4,34</td><td>4,09</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,04	4,10	4,34	4,09
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,94	4,07	4,17	4,08																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,74	3,62	3,65	3,93																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,04	4,10	4,34	4,09																												
<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,59</td><td>3,75</td><td>3,96</td><td>3,69</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,59	3,75	3,96	3,69	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,71</td><td>3,90</td><td>4,09</td><td>3,77</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,71	3,90	4,09	3,77	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,34</td><td>3,53</td><td>3,41</td><td>3,79</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,34	3,53	3,41	3,79
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,59	3,75	3,96	3,69																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,71	3,90	4,09	3,77																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,34	3,53	3,41	3,79																												
<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,56</td><td>3,75</td><td>3,53</td><td>3,90</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,56	3,75	3,53	3,90	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,60</td><td>3,79</td><td>4,24</td><td>3,98</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,60	3,79	4,24	3,98	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,22</td><td>4,27</td><td>4,19</td><td>4,36</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,22	4,27	4,19	4,36
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,56	3,75	3,53	3,90																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,60	3,79	4,24	3,98																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,22	4,27	4,19	4,36																												
<b>Folleto / 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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,99</td><td>4,08</td><td>4,19</td><td>4,05</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,99	4,08	4,19	4,05	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,82</td><td>4,03</td><td>4,18</td><td>3,85</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	3,82	4,03	4,18	3,85	<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></tr> <tr><th>Valor</th><td>4,38</td><td>4,29</td><td>4,22</td><td>4,33</td></tr> </table>	Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Valor	4,38	4,29	4,22	4,33
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,99	4,08	4,19	4,05																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	3,82	4,03	4,18	3,85																												
Periodo	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14																												
Valor	4,38	4,29	4,22	4,33																												



### Variaciones más significativas

Cabe destacar que del total de 27 aspectos a valorar, todos tienen puntuaciones por encima de 3 puntos sobre 5, con una media del total de los 27 de 4,03 sobre 5 para el periodo de Junio a Septiembre de 2014.

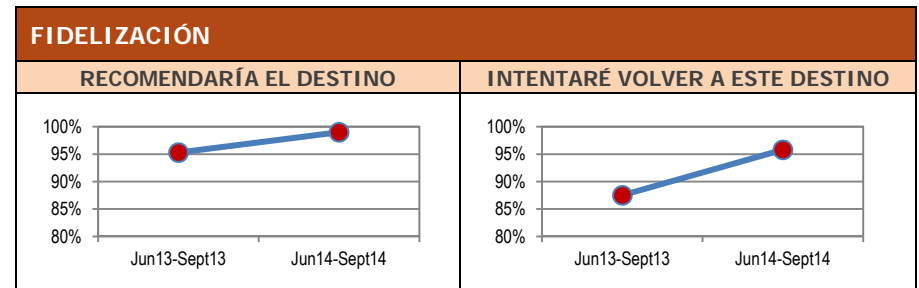
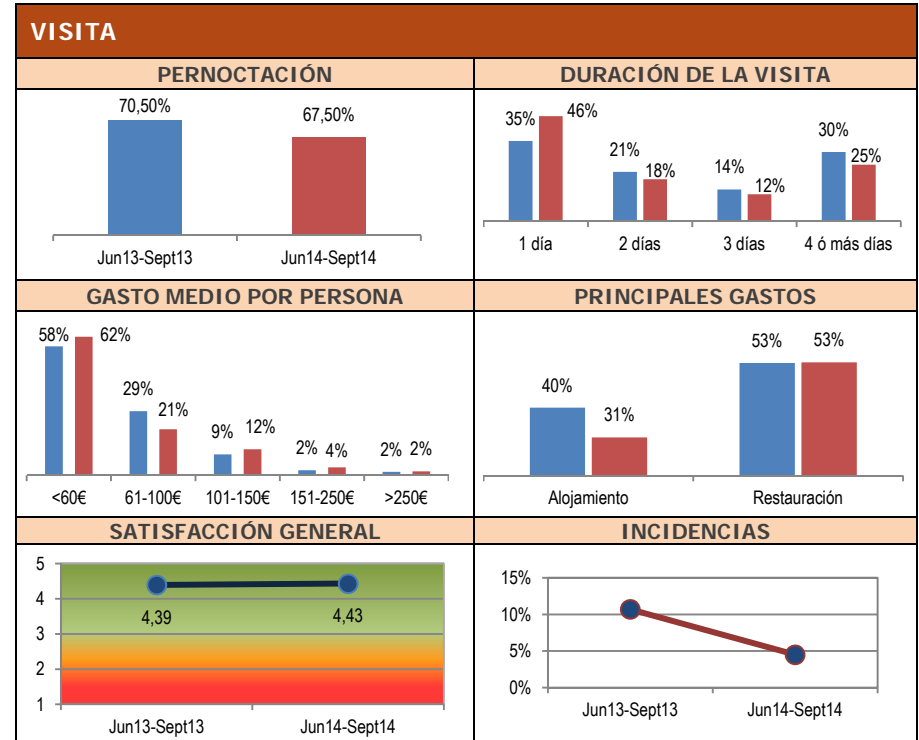
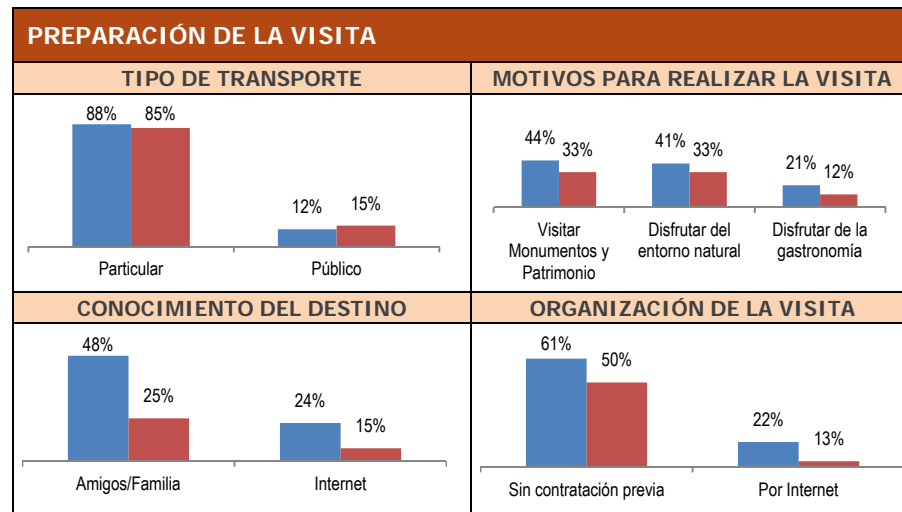
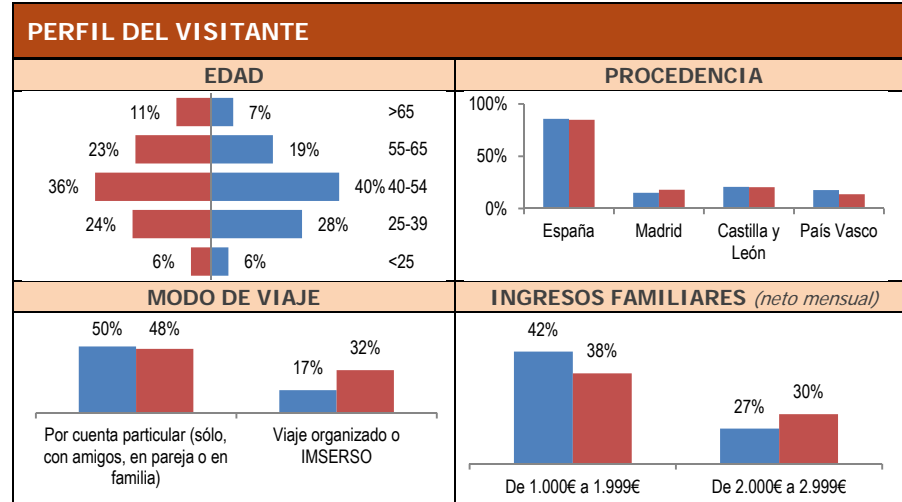
Los aspectos que durante los 4 periodos son valorados siempre con puntuaciones por encima de 4 sobre 5 puntos son: Hospitalidad de sus gentes (*con media de satisfacción durante los 4 periodos de 4,33*), Conservación del patrimonio (*con media de 4,33*), Oferta de alojamiento (*con media de 4,05*), Seguridad ciudadana (*con media de 4,14*), Tranquilidad (*con media de 4,26*), Entorno natural (*con media de 4,31*), Entorno urbano (*con media de 4,31*) y Limpieza Urbana (*con media de 4,29*).

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 4 periodos de 3,46*), Aparcamiento (*con media de 3,52*) y Accesibilidad (*con media de 3,69*).



### 5.2.3 Análisis comparativo en visitantes de Burgos Provincia

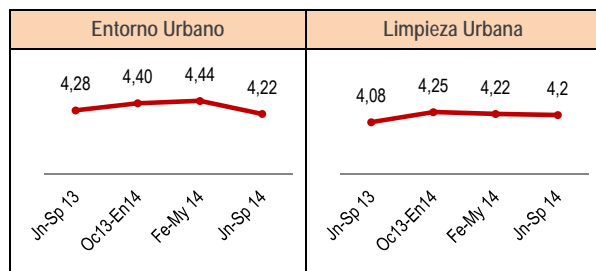
En **Azul**: de Junio a Septiembre de 2013 y En **Rojo**: de Junio a Septiembre de 2014.



SATISFACCIÓN CON LOS ASPECTOS PARTICULARES		
<b>Carreteras y Comunicaciones de acceso</b>  3,63 3,72 3,46 3,72 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Actividades Culturales</b>  3,55 3,74 3,68 3,65 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Señalización Turística</b>  3,55 3,67 3,58 3,65 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Espacios Culturales</b>  3,67 3,99 4,15 3,9 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Visitas Arqueológicas / Yacimientos</b>  3,74 4,09 4,11 3,93 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Instalaciones de Ocio y Diversión</b>  3,39 3,53 3,63 3,63 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Profesionalidad de Hostelería</b>  3,88 3,99 4,03 3,9 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Punto de Información Turística</b>  3,91 4,01 3,9 3,95 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Horario de los monumentos</b>  3,49 3,63 3,51 3,53 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Hospitalidad de sus gentes</b>  4,42 4,44 4,51 4,38 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Conservación del Patrimonio</b>  3,99 4,09 3,94 4,03 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Oferta de alojamiento</b>  3,88 4,01 3,88 3,89 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14

<b>Oferta de Restauración</b>  3,91 4,02 4,04 3,9 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Guía turísticos locales</b>  3,97 4,27 4,14 3,87 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Seguridad ciudadana</b>  4,06 4,40 4,5 4,29 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Horarios comerciales</b>  3,60 3,80 3,84 3,7 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Calidad / Precio en restauración</b>  3,80 3,99 4,07 3,9 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Aparcamiento</b>  3,77 4,16 4,04 3,8 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Accesibilidad</b>  3,83 3,97 3,76 3,86 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Comercio local</b>  3,57 3,89 4,07 3,68 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Tranquilidad</b>  4,49 4,61 4,48 4,53 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14
<b>Folleto / Mapas</b>  3,90 4,18 4,11 4,05 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Webs / Internet</b>  3,77 3,98 4,1 3,83 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14	<b>Entorno Natural</b>  4,49 4,63 4,55 4,47 Jn-Sp 13 Oct13-En14 Fe-My 14 Jn-Sp 14





### Variaciones más significativas

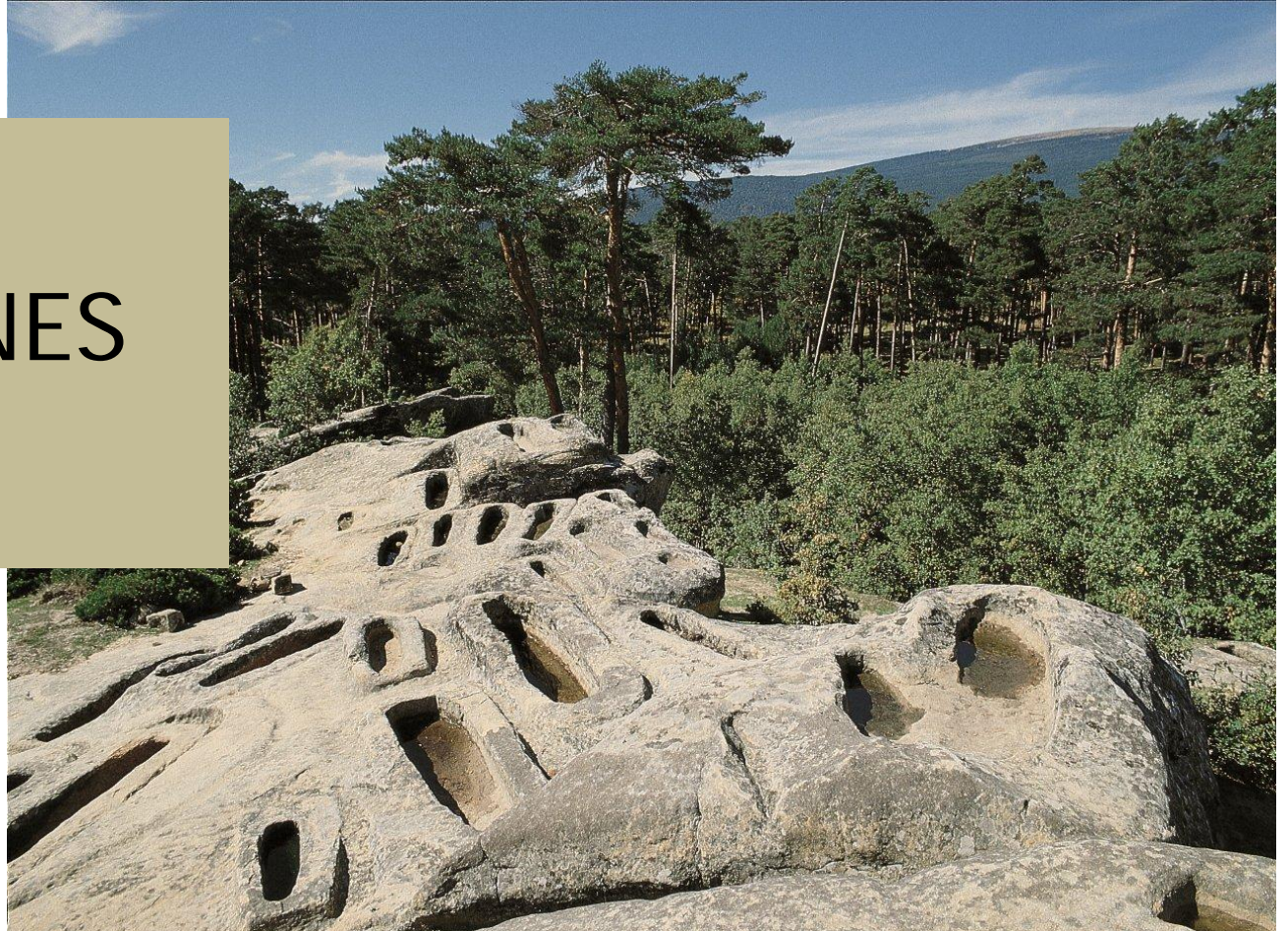
Cabe destacar que del total de 27 aspectos a valorar, todos tienen puntuaciones por encima de 3 puntos sobre 5, con una media del total de los 27 de 3,92 sobre 5 para el periodo de junio a septiembre de 2014.

Los aspectos que durante los 4 periodos son valorados siempre con puntuaciones por encima de 4 sobre 5 puntos son: Hospitalidad de sus gentes (*con media de satisfacción durante los 4 periodos de 4,44*), Seguridad ciudadana (*con media de 4,31*), Tranquilidad (*con media de 4,53*), Entorno natural (*con media de 4,54*), Entorno urbano (*con media de 4,34*) y Limpieza Urbana (*con media de 4,19*).

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 4 periodos de 3,54*), Instalaciones de Ocio y Diversión (*con media de 3,55*), Carreteras y Comunicaciones (*con media de 3,63*), Actividades Culturales (*con media de 3,66*) y Señalización Turística (*con media de 3,66*).



# 6 CONCLUSIONES



## 5. Conclusiones

1. El incremento de los **viajeros** en Burgos es de un 5,83% durante los nueve primeros meses de 2014 con respecto a los mismos meses del año 2013, debido principalmente al aumento de turistas de procedencia nacional (7,88%). El crecimiento observado en Burgos es superior al observado en Castilla y León (3,32%) y en España (4,37%); y también es mayor al de provincias como Cuenca (-8,06%), Salamanca (-3,10%) y León (3,46%), aunque fue menor que el experimentado por Córdoba (7,44%).

2. Burgos también mantiene un incremento en el **número de pernoctaciones** durante el mismo periodo (2,81%), casi idéntico al de España (2,89%) y ligeramente superior al experimentado por Castilla y León (2,56%). Y al igual que con el número de viajeros, el incremento en el número de pernoctaciones en Burgos es superior al de Cuenca (-3,96%), León (-1,06%) y Salamanca (0,53%), pero inferior al experimentado en Córdoba (6,10%).

3. En relación a los **alojamientos de turismo rural**, señalar que en el total de los nueve primeros meses del 2014 con respecto a los mismos meses del año 2013, se produce un importante crecimiento del número de viajeros en Burgos (13,62%) debido principalmente a turistas extranjeros, que incrementan su número en un 188,75%. El aumento del número de viajeros en Burgos es superior al de España (12,12%) y Castilla y León (5,28%). En provincias como León y Salamanca se ha experimentado un mayor crecimiento que en Burgos en este sector (18,48% y 13,17% respectivamente); sin embargo en Cuenca disminuyeron en un 17,42%.

4. En el **empleo** en Burgos, el número medio de afiliados en hostelería en Régimen General durante los nueve primeros meses de 2014 ha aumentado considerablemente con respecto al año anterior (5,79%), disminuyendo, en cambio, los afiliados a la Seguridad en el R.E.T Autónomos (-0,69%). Se ha

producido un crecimiento en términos globales del empleo, llegando a los 10.542,03 afiliados en el sector de la Hostelería en Burgos en el mes de septiembre de 2014, cifra superior a los valores observados para este mismo mes en los últimos 5 años.

5. La **Confianza Empresarial** del Sector Turístico de Burgos presenta signos negativos (-3,44%); mientras que desde el punto de vista del indicador de situación presenta saldos positivos (1,59%), las expectativas son ligeramente negativas (-8,47%); la confianza empresarial para los establecimientos de alojamiento y restauración en la ciudad de Burgos presenta un saldo positivo de 2,49%, en cambio, los establecimientos de la provincia obtienen un -4,41%.

6. Las **principales sugerencias** aportadas por los responsables de establecimientos de alojamiento y restauración tanto de la ciudad como de la provincia de Burgos para mejorar el sector turístico son: potenciación de la información y promoción (47,62%), creación y diversificación de actividades (15,87%), más apoyo de las instituciones locales y regionales (9,52%), mejora de las carreteras (7,14%) y la salida de la crisis (7,94%).

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 amigos. En la organización del viaje, internet es el medio más utilizado para: consultar información sobre el destino (67,7% de los turistas de la ciudad y 83,8% de la provincia); para organizar la visita (25,4% de los turistas de la ciudad y 12,6% de los de la provincia) y para conocer el destino (23,0% de los turistas de la ciudad y el 24,1% de los de la provincia).

8. La **satisfacción global** con la visita obtiene unas altas valoraciones realizadas por los visitantes, tanto en la ciudad (con un 4,40 sobre 5), como en la provincia (con un 4,43). Los aspectos mejor valorados en la ciudad y en la provincia son: la hospitalidad de sus gentes, la conservación del patrimonio, la tranquilidad o el patrimonio natural; mientras que los menos valorados son: los horarios de los monumentos, las instalaciones de ocio y diversión y los horarios comerciales.

9. Los porcentajes de **fidelización** obtenidos de los turistas entre los meses de junio-septiembre de 2014 son muy positivos, siendo superiores a los obtenidos en los mismos meses del año 2013, tanto en la ciudad como en la provincia. El 99,4% de los visitantes de la ciudad y el 99,0% de la provincia recomendarían este destino (en el mismo periodo del año anterior el 91,6% y 95,3% respectivamente) y el 95,8% de los turistas de la ciudad y de la provincia señalan su intención de repetir la visita (frente al 81,4% en ciudad y 87,5% en provincia del año anterior).

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



Diputación  
de Burgos