



Año 0, Boletín N° 0, Diciembre 2013



Diputación de Burgos



Diputación
de Burgos

BOLETÍN DEL OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS
Año 0 N° 0 Burgos, Diciembre 2013

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

COORDINA:
Pablo Arranz Val

ELABORADO POR:
Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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



Fernando Lara Ortega
Germán Martínez Arcos
Begoña Sanmartí Estarta

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

Diseño y maquetación: Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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

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



UNIVERSIDAD
DE BURGOS

Sonríe,
es Burgos.



Ayuntamiento
de Burgos



Diputación
de Burgos



Sumario

Presentación.....	5
Equipo Técnico.....	7
1. Indicadores de la Oferta y la Demanda.....	8
1.1 Indicadores de la Oferta.....	8
1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.1.2 Alojamientos de Turismo Rural	
1.1.3 Restauración	
1.1.4 Análisis comparado por provincias	
1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2012	
1.2 Indicadores de la Demanda.....	13
1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.2.1 Alojamientos de Turismo Rural	
1.2.3 Evolución por provincias	
2. Empleo en Hostelería en Burgos.....	23
3. Resultados de la Ficha de Ocupación hotelera en la ciudad de Burgos.....	26
4. Análisis del Perfil y Percepción del visitante de la ciudad y la provincia de Burgos.....	33
4.1 Ficha Técnica.....	33
4.2 Perfil del visitante.....	34
4.3 Preparación de la visita.....	36
4.4 Visita.....	40
4.5 Fidelización.....	45
4.6 Mejora.....	46
5. Conclusiones.....	49
Glosario de Términos.....	51



Presentación

La Universidad de Burgos, el Excmo. Ayuntamiento de Burgos y la Excmá. Diputación Provincial de Burgos se han propuesto unir esfuerzos, a través de un marco estable de colaboración, con el firme propósito de desarrollar y fomentar la actividad turística en la ciudad y en la provincia de Burgos. Fruto de esta colaboración es el nacimiento y puesta en marcha en marzo de 2013 del Observatorio del Turismo de la ciudad y provincia de Burgos (OTB).

La misión del OTB es doble, por un lado, complementar y, por otro, enriquecer los estudios realizados por otras instituciones, y que fundamentalmente cuantifican los flujos de visitantes. Para ello, el Observatorio realizará investigaciones que ayuden a trazar el perfil de nuestros viajeros, mediante la producción de información turística y su divulgación a un amplio abanico de empresas, instituciones, profesionales y particulares del sector. Además, promoverá el análisis de la coyuntura turística que permita aportar una opinión y valoración propia, independiente y susceptible de ser utilizada en todos los campos y actividades profesionales, de forma que obtengamos un conocimiento más completo del fenómeno turístico de la ciudad y provincia de Burgos.

El documento que presentamos, fruto de una rigurosa investigación, ofrece un análisis detallado y actualizado de los principales indicadores de la actividad turística, tanto desde el punto de vista de la oferta como desde el punto de vista de la demanda. Su objetivo es ofrecer una radiografía de la realidad turística en la ciudad y el resto de la provincia de Burgos bajo la perspectiva del turista. Consideramos que éste debe de ser el punto de partida para poner en valor el potencial turístico de nuestra ciudad y provincia. Todos los agentes implicados deben trabajar al unísono, pertenezcan al sector público o al sector privado, sin olvidarnos del conjunto de los burgaleses, que con su apoyo, su ayuda y su buen

hacer pueden conseguir que la estancia del turista entre nosotros sea más agradable.

Este primer Boletín del OTB refleja de una manera ordenada datos de oferta, de demanda y de empleabilidad del sector, ofreciendo todos ellos una visión global de la situación turística actual. Las tres instituciones firmantes deseamos contribuir, con la edición de este Boletín, a la difusión de la información turística a un amplio sector de público interesado. Asimismo, confiamos en ofrecer una herramienta que ayude a los profesionales del sector turístico burgalés, tanto públicos como privados, en la toma de decisiones y en la implementación de políticas y de estrategias apropiadas para afrontar la coyuntura turística actual.

Todo este proyecto se ha desarrollado gracias al destacable esfuerzo de recogida, sistematización y actualización de una ingente cantidad de datos, procedentes de muy diversas fuentes, por parte de un equipo multidisciplinar integrado por profesionales de las tres instituciones, cuya dedicación y entusiasmo queremos agradecer públicamente, ya que sin su trabajo no hubiera sido posible.



*Alfonso Murillo Villar
Rector Magnífico de la
Universidad de Burgos*



*César Rico Ruiz
Presidente de la
Diputación de Burgos*



*Javier Lacalle Lacalle
Alcalde del Ayuntamiento
de Burgos*

Equipo Técnico

Las personas que formamos el equipo técnico del Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos iniciamos este camino con el ánimo de proporcionar a todo el sector turístico burgalés información sobre cómo son y cuáles son las opiniones de las gentes que eligen nuestra tierra para disfrutar de esos preciados pero escasos momentos de ocio. En esta andadura intentaremos aportar nuestro granito de arena para todos aquellos que tienen que tomar decisiones relacionadas con actividades turísticas, tanto públicas como privadas, y a aquellos que muestran interés por tener información sobre el turista que visita esta tierra.

Los observatorios turísticos constituyen un instrumento emergente de la política turística en sus diferentes niveles. Tienen como objetivo central el conocimiento en profundidad de las múltiples aristas del fenómeno turístico, especialmente el comportamiento de la demanda, respecto a la cual la actuación en destino ha presentado un déficit histórico de conocimiento.

Precisamente con el ánimo de paliar ese déficit nace el Observatorio de Turismo de Burgos en un marco de colaboración estable entre la Diputación Provincial, el Ayuntamiento y la Universidad de Burgos, con el fin de:

- Crear y mantener bases de datos con información de coyuntura turística.
- Realizar con carácter periódico los análisis básicos que ilustren el diagnóstico de situación del sector y el balance comparativo de su evolución.
- Desarrollar trabajos específicos sobre aspectos temáticos de especial repercusión o transcendencia en el sector turístico local.

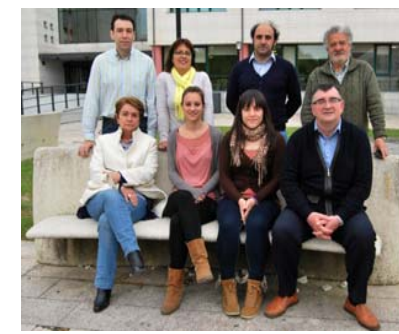
Para ello, se ha conformado una comisión de coordinación que ha trabajado en diversas actividades encaminadas al análisis del sector, mediante la

constitución de una base de datos flexible a partir de las fuentes estadísticas ya existentes y de la información recopilada a través de encuestas dirigidas a turistas, tanto nacionales como extranjeros.

La recogida de todos estos datos se ha realizado a través de los puntos de atención a turistas y establecimientos hoteleros, así como a través de la recogida de encuestas de campo repartidas tanto en la capital burgalesa, como en el resto de la provincia.

De los datos obtenidos pueden sacarse conclusiones que resultan de interés tanto para instituciones públicas como privadas, que ayudaran a potenciar el sector turístico en nuestra provincia, ya que no podemos olvidar la importancia de este sector en el conjunto de la economía del país.

En este número 0 del Boletín del Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos se recopilan, comparan y analizan los datos estadísticos de los principales indicadores de la evolución de la actividad turística desde 2005 a 2012 y de los nueve primeros meses de 2013, estableciendo una comparación con los nueve primeros meses de 2012. Igualmente presentamos los principales resultados obtenidos de las encuestas realizadas en el periodo de Junio a Septiembre de 2013, de marcado carácter estacional y quizás con una mayor afluencia de turistas. Por ello debemos interpretar los datos que aquí se van a reflejar con una cierta cautela.



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

1 OFERTA Y DEMANDA



1. Indicadores de la Oferta y la Demanda

En este primer boletín presentamos una evolución de los indicadores de oferta y demanda, desde el año 2000 al 2012, condicionado en cada caso a los periodos de información disponible. Cuando se realizan comparaciones con los resultados obtenidos en Burgos, Castilla y León y España se utilizan números índices, pues en caso contrario no sería posible representarlos gráficamente.

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

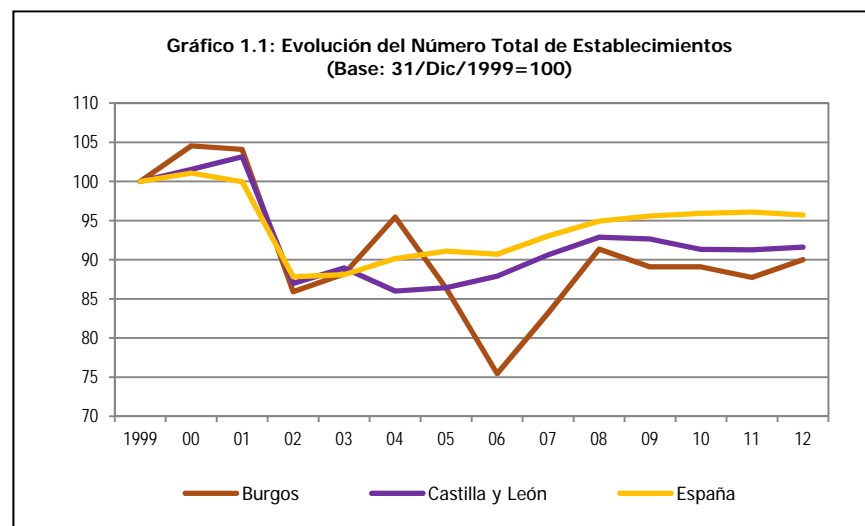
1.1 Indicadores de la Oferta

1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

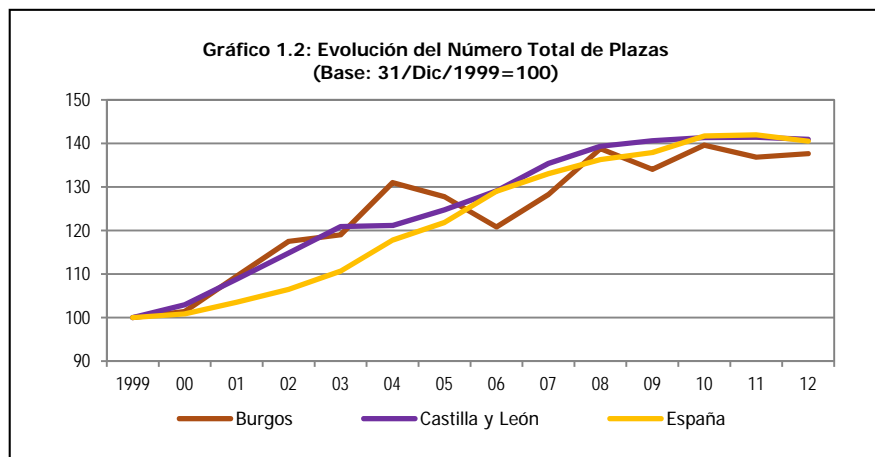
En el periodo analizado años 2000 a 2012, utilizando números índices con base 31 de diciembre de 1999=100, la **oferta de establecimientos hoteleros** (hoteles y hostales) (gráfico 1.1) en Burgos ha disminuido un 10%, situándose por encima de la media de Castilla y León (8,39%) y de la media a nivel nacional (4,24%). Un análisis más profundo nos permite detectar como en el periodo 1999-2004, Burgos se situaba por encima tanto de la media de Castilla y León como a nivel nacional. Es a partir de esta fecha cuando se produce el cambio de tendencia, quedando Burgos por debajo de ambos indicadores. El punto más bajo lo alcanza en 2006. A partir de 2007 comienza de nuevo un cambio de tendencia al alza, pero siempre por debajo de Castilla y León y la media a nivel nacional, situándose en el año 2012 a niveles muy parecidos a los del año 2002.

Así mismo, **el número de plazas ofertadas** (gráfico 1.2) ha aumentado en un 37,64% en Burgos, siendo este crecimiento también inferior si se compara con la media de Castilla y León (40,92%) y la media nacional (40,52%). La evolución de las plazas ofertadas ha seguido la misma tendencia que se ha comentado en el apartado anterior. Comparando ambas gráficas, lo que podemos concluir, es que ha habido una reorganización de la oferta hotelera, ya que la disminución del número de establecimientos no ha conllevado la disminución del número de plazas, sino todo lo contrario. Quizás en el periodo 2002-2006, lo que había era un exceso de oferta.

Por último, en este mismo periodo cabe destacar que se ha producido un cambio en la oferta hotelera en Burgos. En este sentido, se debe destacar una disminución en el número de hostales (-33,96%) pero sin embargo, se ha incrementado el número de hoteles (52,46%).



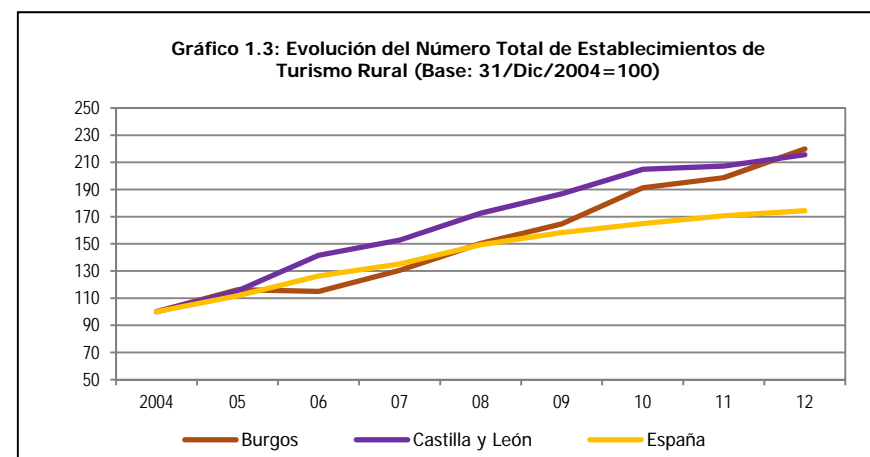
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



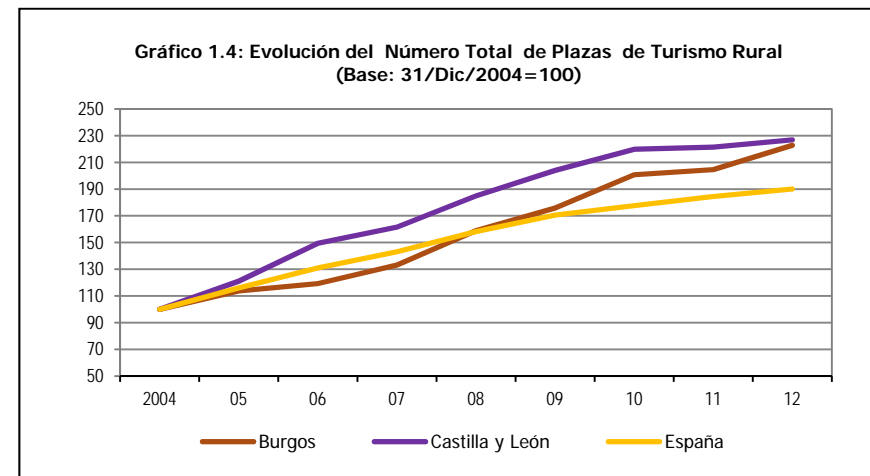
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

1.1.2 Alojamientos de Turismo Rural

En la **oferta de alojamientos de Turismo Rural**, se ha producido un crecimiento desde el año 2005. Analizando los gráficos 1.3 y 1.4, se puede comprobar que, el número de establecimientos en Burgos ha aumentado un 119,87% y el número de plazas un 122,73% respectivamente (en ambos casos se ha tomado como base 31 de diciembre de 2004=100). En la comunidad de Castilla y León, los aumentos fueron del 115,62% en número de establecimientos y del 126,84% en número de plazas, situándose en ambos casos por encima del crecimiento a nivel nacional. Estos datos, corroboran el cambio en el comportamiento de los turistas en el disfrute de su tiempo libre. Desde las diferentes administraciones públicas se ha apostado por invertir en el turismo de interior como alternativa al turismo de sol y playa que es un producto muy maduro y por el que se nos conoce a nivel internacional. Por ello, Burgos, apostó por dar a conocer todo su patrimonio natural y cultural que posee. Los datos reflejan que es uno de los sitios preferidos.



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



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

1.1.3 Restauración

Como complemento a los datos aportados en los epígrafes anteriores presentamos un cuadro con la evolución de las cifras de **oferta en restauración**, en las categorías de restaurantes y cafeterías, para el periodo 2005-2012 en la ciudad y provincia de Burgos. Un análisis más detallado de la tabla nos permite ver como en el periodo analizado 2005-2012 en términos generales la tendencia ha sido un incremento de la oferta tanto de restauración como de cafeterías. No obstante se debe puntualizar como en el año 2011, cuando la situación económica debido a la crisis era más delicada, se produjo un descenso en la oferta de restauración, tanto en la capital como en la provincia, siendo en ésta última mayor dicha disminución.

Tabla 1.1: Evolución Oferta de Restauración Burgos (2005-2012)

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

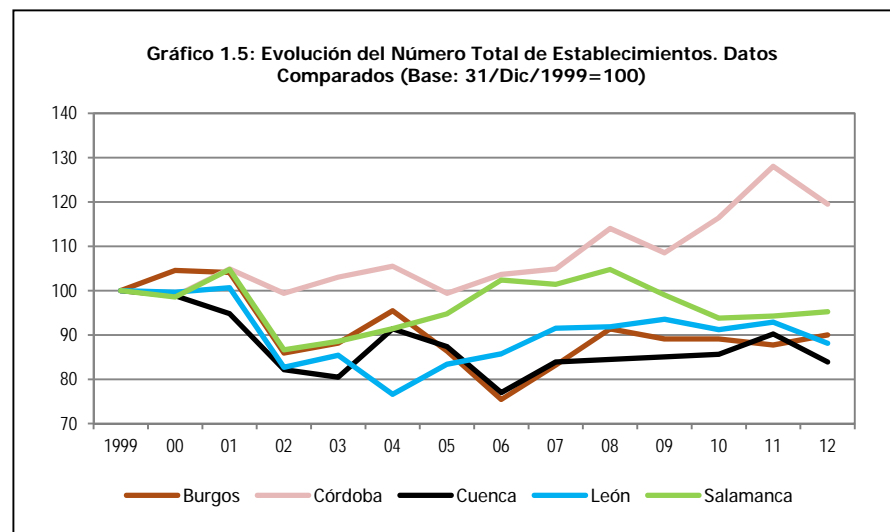
Fuente: Servicio de Información Estadística de la Junta de Castilla y León (SIE) y elaboración propia.



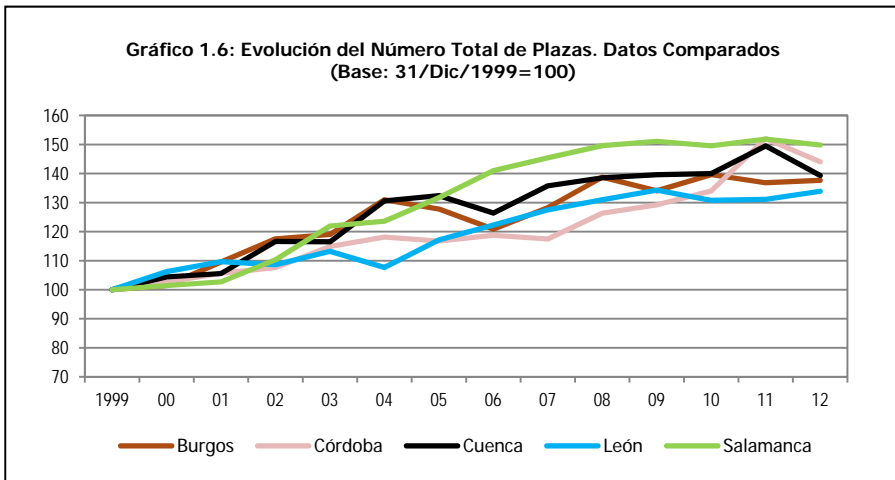
1.1.4 Análisis comparado por provincias

Para finalizar el análisis de la oferta hotelera, se puede realizar una **comparativa con provincias muy similares a la nuestra**. Para ello, se ha elegido: **Córdoba, Cuenca, León y Salamanca**. La elección de estas ciudades se corresponde con el hecho de que se ha evitado el efecto de proximidad de las grandes ciudades como puede ser Madrid y Barcelona, así podríamos decir que Segovia, Toledo y Ávila- todas ellas Patrimonio de la Humanidad- tienen un fuerte efecto de Madrid. Por otro lado, se debe destacar que de las provincias elegidas, tres de ellas, sus capitales son Patrimonio de la Humanidad Córdoba, Cuenca y Salamanca.

Los datos aparecen reflejados en los gráficos 1.5 y 1.6. De ellos debemos destacar a Córdoba y Salamanca tanto en la oferta de establecimientos como de plazas hoteleras. Si bien en Salamanca el efecto de la crisis económica en el número de establecimientos se pone de manifiesto en los años 2009-2010, esto no ocurre en Córdoba, donde el aumento de la oferta se produce desde el año 2006.



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



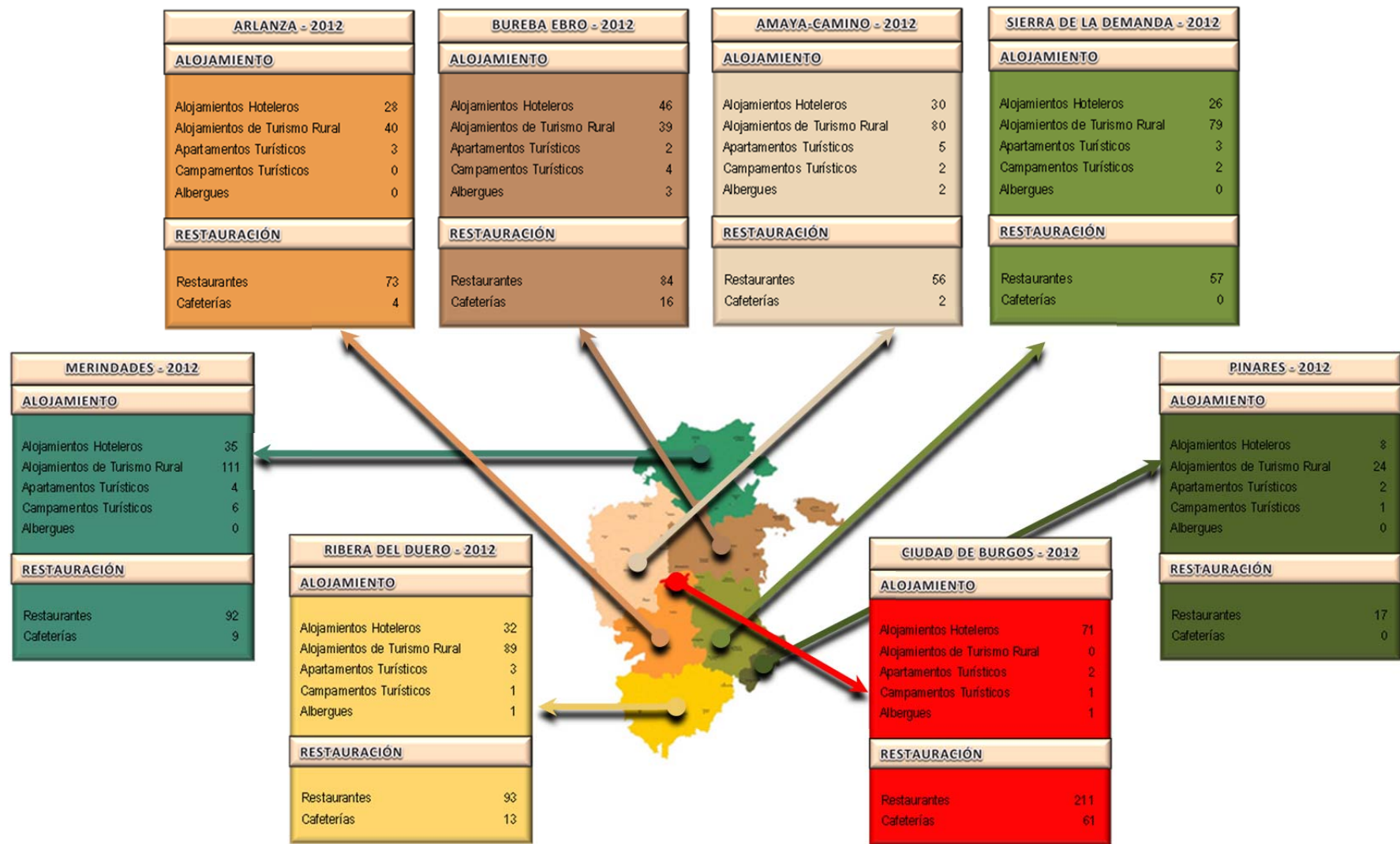
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



Provincia de
Burgos
origen y destino

1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2012

Gráfico 1.7: Datos Oferta Turística en Burgos 2012



1.2 Indicadores de la Demanda

1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

El número de **viajeros hospedados** en establecimientos ha pasado de 708.396 personas en el año 2005 a 700.801 personas en el año 2012, lo que supone una reducción de un 1,07%, esto se debe a que aunque los viajeros aumentaron en la ciudad un 8,09% la reducción de estos en la provincia, al ser mayor (-9,21%) ha supuesto una reducción del total (tabla 1.2).

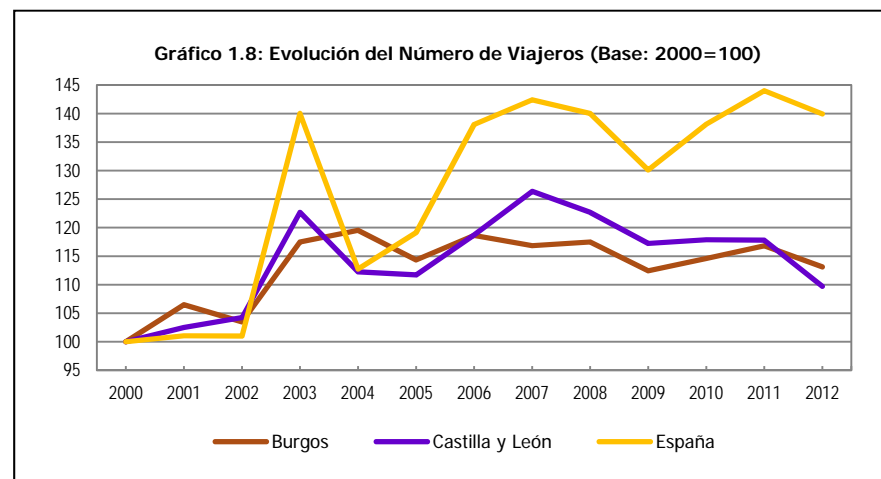
Estos viajeros realizaron en 2012 un total de 1.062.810 pernoctaciones lo que significa una disminución del 2,33% respecto al año 2005 (tabla 1.4) ya que al igual que en los viajeros la disminución de las pernoctaciones en la provincia (-14,15%) hizo que el aumento de éstas en la ciudad (12,95%) se viera compensado. Si los datos de pernoctaciones se comparan por un lado, a nivel de la Comunidad de Castilla y León, la provincia de Burgos está por encima de la tasa de ocupación en la Comunidad (-3,94%). Por el contrario, si esta comparación la hacemos a nivel nacional, nos encontraríamos muy por debajo (14,26%).

Tabla 1.2: Número de Viajeros 2005–2012. Comparación

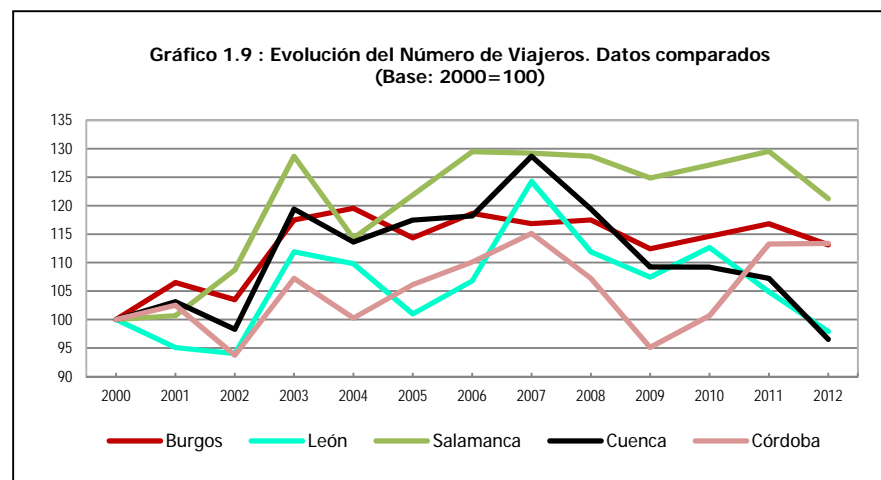
	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2005	708.396	333.251	375.145	3.998.109	70.629.023
2012	700.801	360.209	340.592	3.927.116	82.962.480
Variación	-1,07%	8,09%	-9,21%	-1,78%	17,46%

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

La Evolución del número de viajeros (gráfico 1.8) en Burgos, desde el año 2006 hasta 2011 se sitúa por debajo de la media tanto de Castilla y León como de la media a nivel nacional. En 2011 se observa un cambio de tendencia, situándose Burgos por encima de la media de Castilla y León.



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



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

Tabla 1.3: Número de Viajeros (enero a septiembre 2012–2013)

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2012	552.697	283.082	269.615	3.055.828	66.597.331
2013	555.176	304.418	250.758	3.111.482	66.590.722
Variación	0,45%	7,54%	-6,99%	1,82%	-0,01%

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

Si observamos la evolución del número de pernoctaciones desde el año 2000 hasta el año 2011 podemos observar, que Burgos se mantiene siempre por encima tanto de Castilla y León como de la media a nivel nacional. El cambio de tendencia lo podemos observar a partir de 2011, pero únicamente si lo comparamos con la media a nivel nacional. Los periodos de mayor demanda se sitúan en 2003 y 2008 con un 35% más que año 2000 tomado como base (gráfico 1.10).

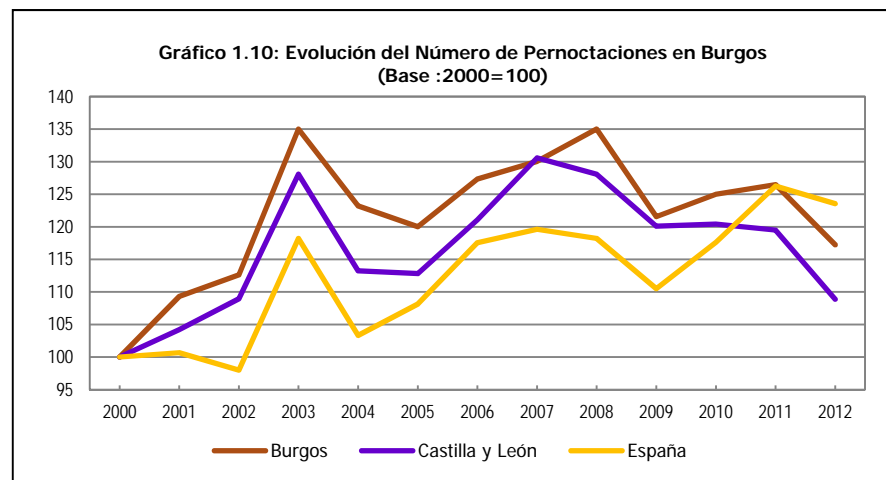
Tabla 1.4: Número de Pernoctaciones 2005–2012. Comparación

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2005	1.088.142	474.603	613.539	6.703.675	245.637.159
2012	1.062.810	536.070	526.740	6.469.991	280.659.548
Variación	-2,33%	12,95%	-14,15%	-3,49%	14,26%

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

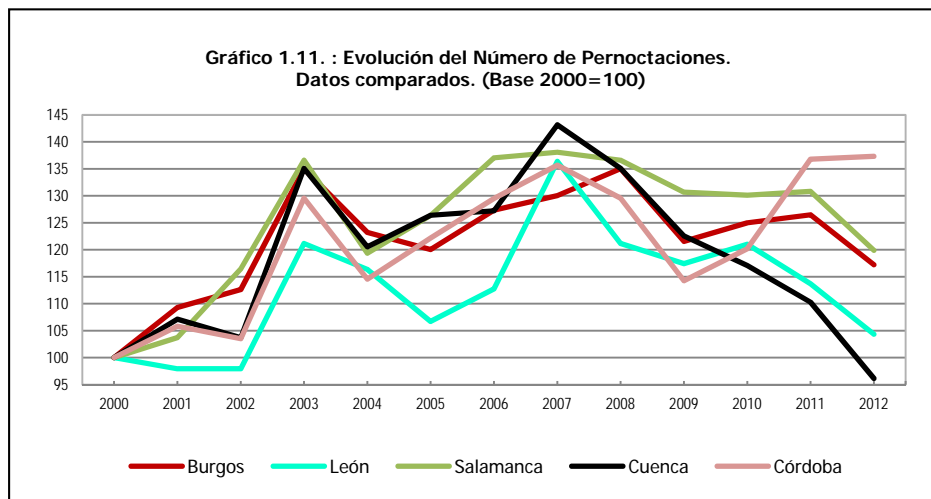
En relación al grado de ocupación por habitaciones (gráfico 2.3), en primer lugar destacar que tanto la media de Castilla y León como la de Burgos están muy por debajo de la media nacional. Esta tendencia se pone de manifiesto durante todo el periodo analizado. En segundo lugar, con carácter general en el

periodo analizado 2000-2012 el nivel de ocupación medio anual se sitúa entre el 41,19% y 42,67% en Burgos, cayendo por efecto de la crisis a niveles del 32,53% en el año 2012. Analizando de forma más detallada el periodo analizado, el grado de ocupación hotelera de Burgos, se sitúa en el periodo 2000-2008 siempre por encima de la media de Castilla y León. No obstante, a partir de 2009 se ha producido un cambio de tendencia hasta 2011, situándose por debajo de Castilla y León, para finalmente situarse a la par con la media de Castilla y León.

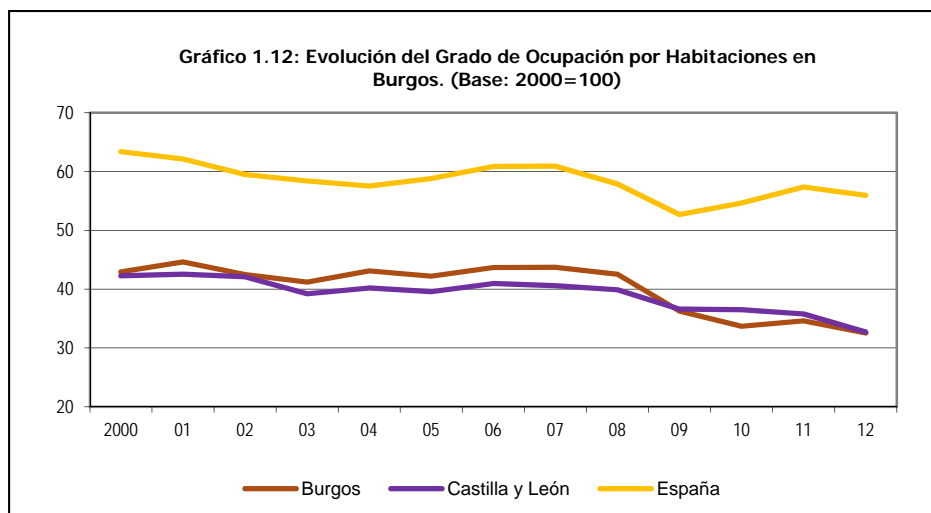


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

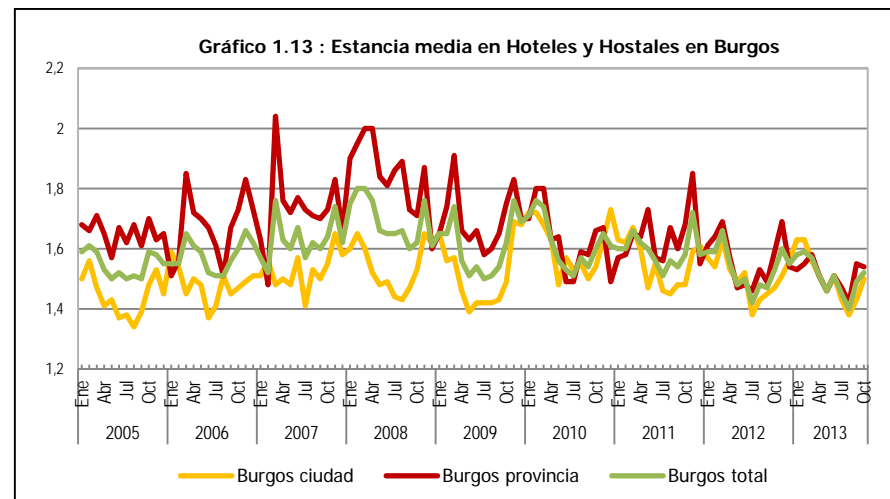
Centrándonos en el periodo de enero a septiembre de los años 2012 y 2013, y comparando los datos a nivel nacional, de Castilla y León y de Burgos (tabla 1.3), el número de viajeros hospedados en hostales y hoteles de Burgos ha aumentado un 0,45% respecto al año anterior (2012), este dato viene determinado por el buen comportamiento que ha tenido la ciudad de Burgos (incremento del 7,54%) que ha compensado la disminución habida en la provincia (-6,99%). Sin embargo, las pernoctaciones disminuyeron un 1,02%, -debido fundamentalmente la caída en el número de pernoctaciones de la provincia (-9,33%), quedando muy por debajo de la media de Castilla y León y la media nacional (tabla 1.5).



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



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



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

Tabla 1.5: Número de Pernoctaciones (enero a septiembre 2012 – 13)

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2012	832.243	419.951	412.292	5.019.347	230.497.288
2013	823.751	449.928	373.823	5.050.760	232.327.352
Variación	-1,02%	7,14%	-9,33%	0,63%	0,79%

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



En cuanto a la **procedencia** de los viajeros (tabla 1.6), el primer puesto lo ocupa la Comunidad de Madrid, con un 25,82% hospedados en hoteles y hostales durante 2012 en Burgos, seguido de la Comunidad de Castilla y León (16,38%), de Cataluña (11,40%) y el País Vasco (10,03%). Para ver la evolución de estos datos en el periodo 2000-2012, el gráfico 1.14 muestra dicho desglose, en el que se puede apreciar que las cuatro Comunidades Autónomas anteriormente citadas vuelven a aparecer en el mismo ranking para los años anteriores.

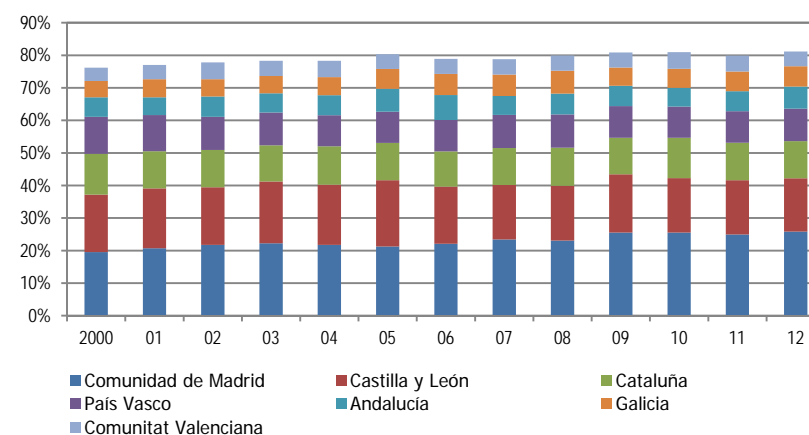
Tabla 1.6: Procedencia de los viajeros que visitan Burgos–2012
(Comunidades Autónomas)

Comunidad de Madrid		25,82%
Castilla y León		16,38%
Cataluña		11,40%
País Vasco		10,03%
Andalucía		6,79%
Galicia		6,21%
Comunitat Valenciana		4,53%
Principado de Asturias		2,97%
Castilla – La Mancha		2,96%
Aragón		2,86%
Cantabria		2,85%
Comunidad Foral de Navarra		1,83%
Región de Murcia		1,26%
Extremadura		1,23%
La Rioja		1,06%
Canarias		0,86%
Illes Balears		0,83%
Ceuta y Melilla		0,13%

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

Si el análisis lo realizamos teniendo en consideración el país de procedencia de los viajeros que han pernoctado en Burgos en el año 2012, Francia sería el país que encabeza la lista con un 30,58%, seguido del Reino Unido (11,30%) y Portugal (9,50%) (tabla 1.7). Debemos destacar, que Estados Unidos ocupa una sexta posición (4,00%). Esta misma clasificación se vuelve a repetir cuando tomamos como referencia el periodo (2000-2012) (gráfico 1.15)








Gráfico 1.14: Evolución Origen de los Visitantes por Comunidad Autónoma (%). 2000-2012



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

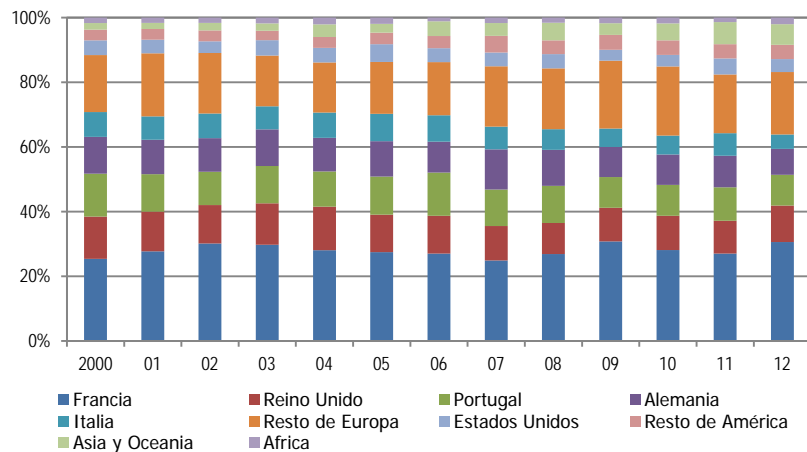


Tabla 1.7: Procedencia de los viajeros extranjeros - 2012

Francia		30,58%
Reino Unido		11,30%
Portugal		9,50%
Alemania		8,02%
Italia		4,43%
Estados Unidos		4,00%
Japón		1,15%
Resto de Europa		19,32%
África		2,05%
Resto de América		4,44%
Resto de Asia y Oceanía		5,21%

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

Gráfico 1.15: Evolución procedencia visitantes no residentes. 2000-12



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

1.2.2. Alojamientos de Turismo Rural

Respecto al volumen de viajeros y pernoctaciones en **alojamientos de turismo rural** el análisis de los datos se inicia en el año 2005, ya que no se disponen de datos previos a dicha fecha. En la tabla 1.8 se puede observar que tanto el número de viajeros como el de las pernoctaciones aumentaron notablemente, encontrándose Burgos en porcentaje en cifras superiores a las de España pero inferiores a las de Castilla y León.

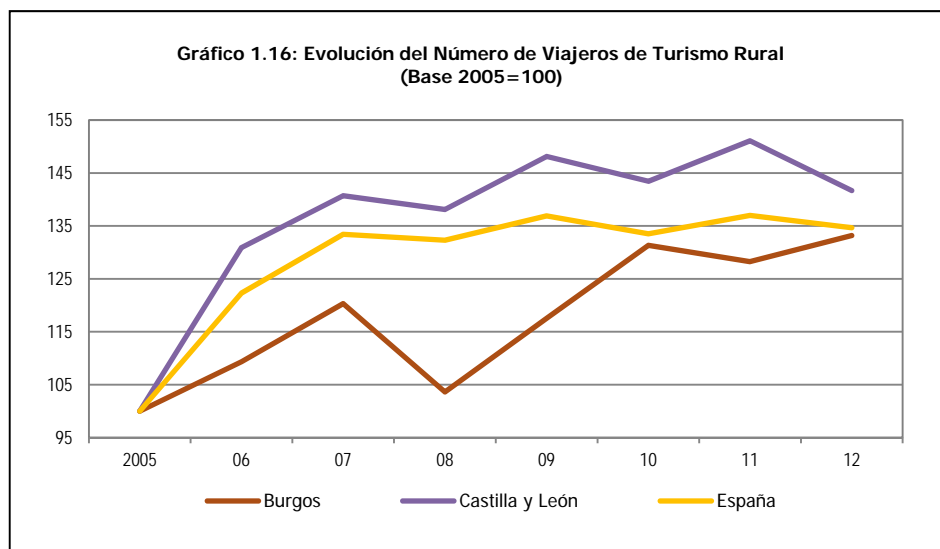
Tabla 1.8: Número de Viajeros y Pernoctaciones en Alojamientos de Turismo Rural. 2005-2012. Comparación

	Viajeros			Pernoctaciones		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
2005	55.573	431.836	1.982.903	134.936	1.010.761	6.306.325
2012	74.012	586.470	2.670.368	168.249	1.352.156	7.527.375
Variación	33,18%	41,67%	34,67%	24,69%	33,78%	19,36%

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

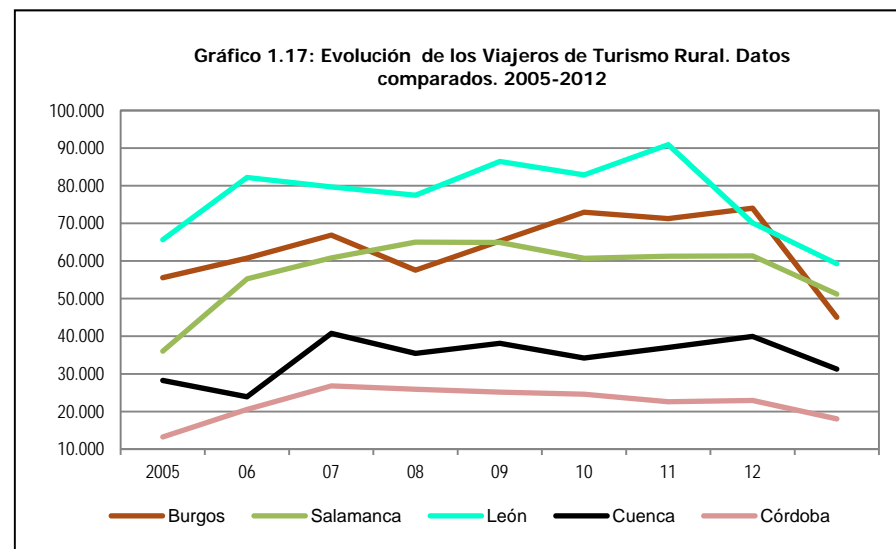
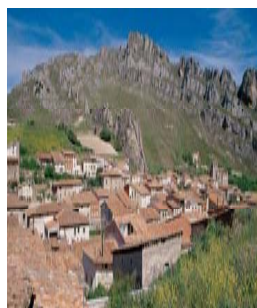
La evolución del número de viajeros en Turismo Rural en el periodo 2005-2012 reflejado en el gráfico 1.16, se puede observar que Castilla y León se sitúa siempre por encima tanto de la media a nivel nacional como de la media de Burgos. El periodo 2007-2008, refleja el registro más bajo del número de viajeros. Finalmente, es a partir del año 2008, cuando la evolución de los viajeros comienza a tomar una tendencia ascendente, situándose a finales de 2012 el turismo rural de la provincia casi a los mismos niveles que a nivel nacional.





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

Siguiendo el mismo planteamiento que se ha realizado, anteriormente, para los alojamientos hoteleros, se expone la evolución entre los alojamientos de turismo rural de Burgos y de las ciudades de Cuenca, Salamanca, León y Córdoba. Se puede observar que a partir de 2011 se produce un descenso de forma destacada en todas las ciudades. Los efectos de la crisis económica, también han llegado a los alojamientos de turismo rural.

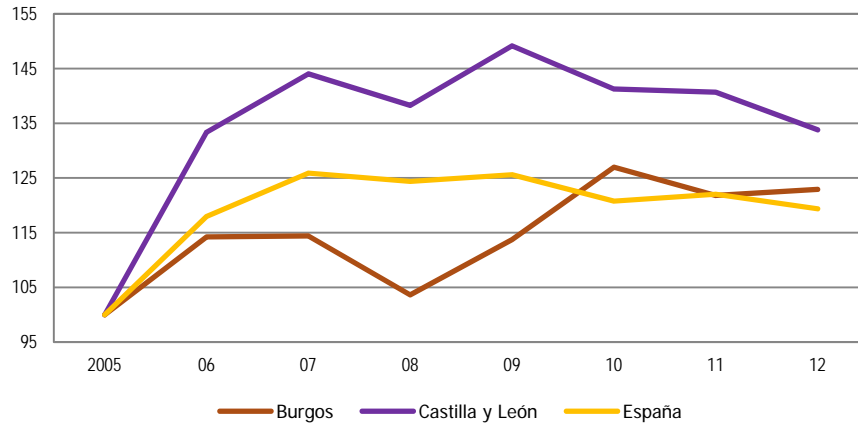


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

La evolución de las pernoctaciones en Turismo Rural en el periodo 2005-2012 (gráfico 1.18) comparándolo con datos de Castilla y León y a nivel nacional se puede comprobar que Burgos hasta el año 2010 ha estado muy por debajo de la media de ambos, es a partir del año 2010 cuando logra superar a la media a nivel nacional, pero no a la de la Comunidad. Sin embargo, en el periodo analizado, se ha mantenido siempre una tendencia creciente en relación al año tomado como referencia (2005).

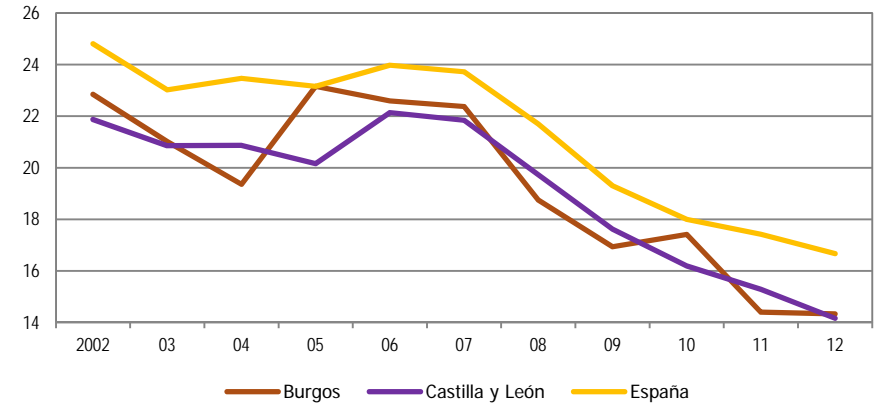
La evolución de las pernoctaciones de Turismo Rural en el periodo 2005-2012, en términos globales, podemos destacar que los datos son satisfactorios, salvo para el 2008. Por otro lado, las tres provincias de Castilla y León son las que presentan un mayor número de pernoctaciones en este periodo. Por último, en el año 2012 se debe destacar cómo el Turismo Rural en Burgos ha mostrado una ligera subida en comparación con León y Salamanca, que presentan ligeros descensos (gráfico 1.19).

Gráfico 1.18: Evolución de las Pernoctaciones del Turismo Rural . (Base 2005=100)



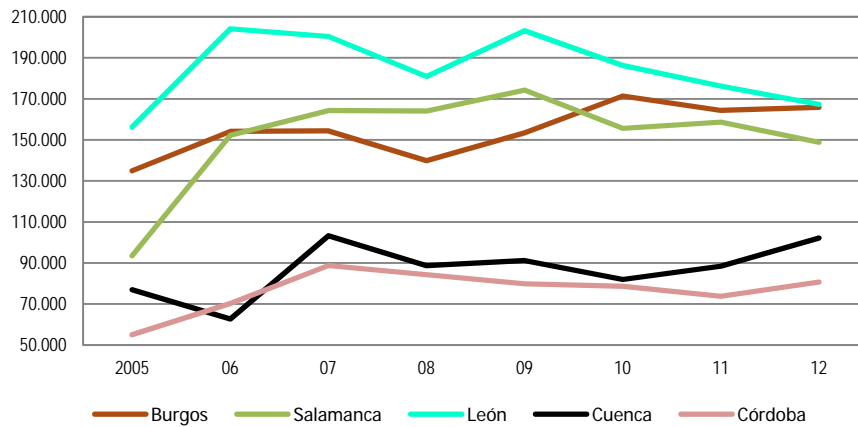
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

Gráfico 1.20: Evolución del grado de ocupación por Habitaciones en Turismo Rural (2002-2012)



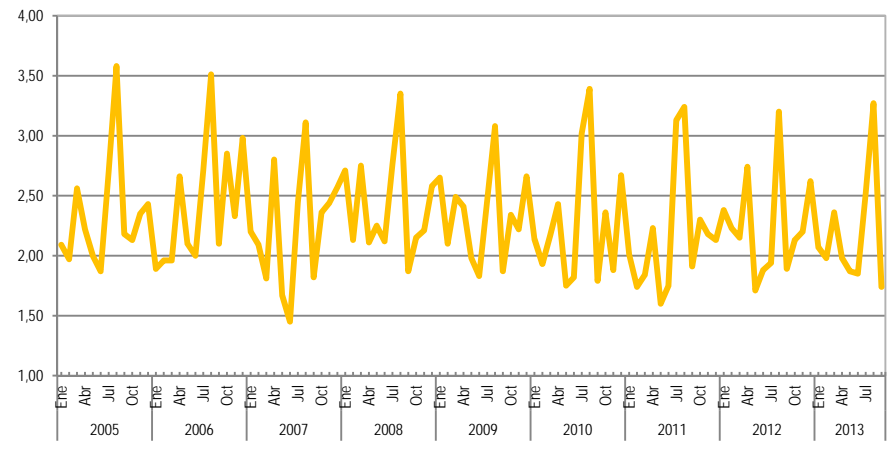
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

Gráfica 1.19: Evolución de las Pernoctaciones de Turismo Rural. Datos comparados. 2005-2012



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

Gráfico 1.21 : Estancia media en Turismo Rural en la provincia de Burgos



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

En cuanto al grado de ocupación por habitaciones se debe destacar que la Comunidad de Castilla y León se sitúa por debajo de la media nacional. Por otro lado, desde el año 2006, comenzó un descenso paulatino situándose en estos momentos a unos niveles muy por debajo del año 2002 que se ha tomado de referencia.

El acumulado de viajeros hospedados en alojamientos de turismo rural de Burgos desde enero a septiembre de los dos últimos años (tabla 1.9) ha disminuido un 16,23% respecto al año anterior, y las pernoctaciones un 15,94%. En la tabla 1.9 se pueden observar las comparaciones con la Comunidad Autónoma de Castilla y León y el conjunto nacional.

Tabla 1.9: Número de Viajeros y Pernoctaciones en Alojamientos de Turismo Rural. Enero a Septiembre 2012-2013. Comparaciones

	Viajeros			Pernoctaciones		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
2012	53.799	432.082	2.029.327	122.041	1.021.752	5.958.117
2013	45.067	401.265	1.886.107	102.587	929.593	5.487.344
Variación	-16,23%	-7,13%	-7,06%	-15,94%	-9,02%	-7,90%

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

Si comparamos Burgos con las ciudades tomadas como referencia (Córdoba, Cuenca, León y Salamanca) en cuanto a la evolución de viajeros y pernoctaciones en los hoteles y hostales podemos observar que Burgos ha seguido una trayectoria similar en las dos variables examinadas (tablas 1.10 a 1.13).



1.2.3. Evolución por provincias

Tabla 1.10: Viajeros en Burgos, Salamanca, León Cuenca y Córdoba. Datos comparados. 2005-2012

Año	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	708.396	333.251	375.145	833.459	554.007	279.452	671.619	318.968	352.651	919.619	731.023	188.596	340.268	209.196	131.072
2012	700.801	360.209	340.592	828.898	583.981	244.917	651.113	349.191	301.922	982.107	813.860	168.247	279.631	179.893	99.738
Variación	-1,07%	8,09%	-9,21%	-0,55%	5,41%	-12,36%	-3,05%	9,48%	-14,39%	6,79%	11,33%	-10,79%	-17,82%	-14,01%	-23,91%

Tabla 1.11: Viajeros en Burgos, Salamanca, León Cuenca y Córdoba. Datos comparados. Enero a Septiembre 2012–Enero a Septiembre 2013

	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2012	552.697	283.082	269.615	645.088	453.846	191.242	513.367	273.672	239.695	747.080	616.219	130.861	213.330	137.172	76.158
2013	555.176	304.418	250.758	677.777	474.278	203.499	543.932	290.670	253.262	744.426	620.499	123.927	206.831	139.121	67.710
Variación	0,45%	7,54%	-6,99%	5,07%	4,50%	6,41%	5,95%	6,21%	5,66%	-0,36%	0,69%	-5,30%	-3,05%	1,42%	-11,09%

Tabla 1.12: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León Cuenca y Córdoba. Datos comparados. 2005-2012

Año	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	1.088.142	474.603	613.539	1.534.975	922.573	612.402	1.090.099	512.952	577.147	1.431.412	1.110.476	320.936	576.131	335.417	240.714
2012	1.062.810	536.070	526.740	1.456.194	910.892	545.302	1.066.017	581.658	484.359	1.608.835	1.286.049	322.786	438.266	272.482	165.784
Variación	-2,33%	12,95%	-14,15%	-5,13%	-1,27%	-10,96%	-2,21%	13,39%	-16,08%	12,39%	15,81%	0,58%	-23,93%	-18,76%	-31,13%

Tabla 1.13: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León Cuenca y Córdoba. Datos comparados. Enero a Septiembre 2012-Enero a Septiembre 2013

Año	Burgos			Salamanca			León			Cuenca			Córdoba		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2012	832.243	419.951	412.292	1.125.954	701.248	424.706	830.439	449.669	380.770	1.232.378	978.996	253.382	332.144	207.889	124.255
2013	823.751	449.928	373.823	1.164.382	729.332	435.050	879.024	473.020	406.004	1.202.340	971.661	230.679	324.946	211.411	113.535
Variación	-1,02%	7,14%	-9,33%	3,41%	4,00%	2,44%	5,85%	5,19%	6,63%	-2,44%	-0,75%	-8,96%	-2,17%	1,69%	-8,63%

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

2 EMPLEO



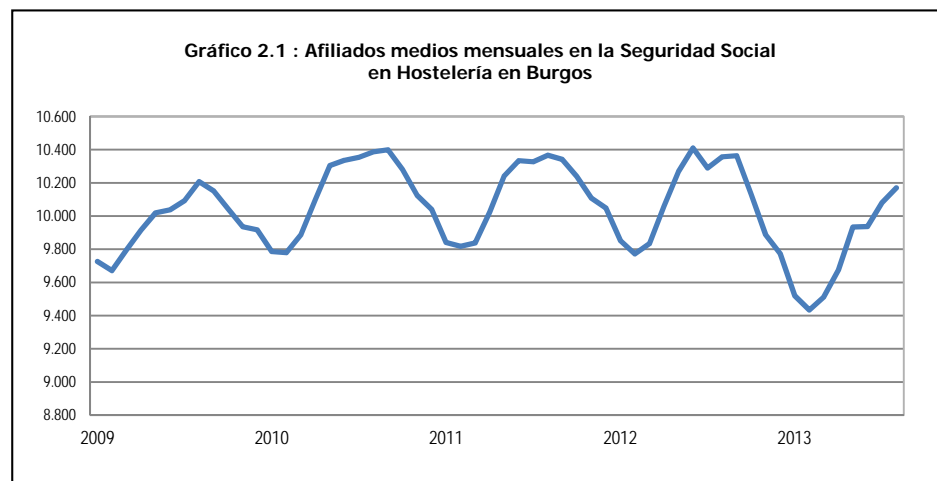
2.-Empleo en Hostelería en Burgos

Para analizar el empleo en el sector de Hostelería nos basamos en los datos de afiliación a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el de Autónomos, analizando los datos desde el año 2009 donde se establece una nueva codificación de los códigos de la CNAE. Los datos incluyen tanto a la ciudad como a la provincia pues no han podido desagregarse para cada una de las comarcas en las distintas modalidades de cotización.

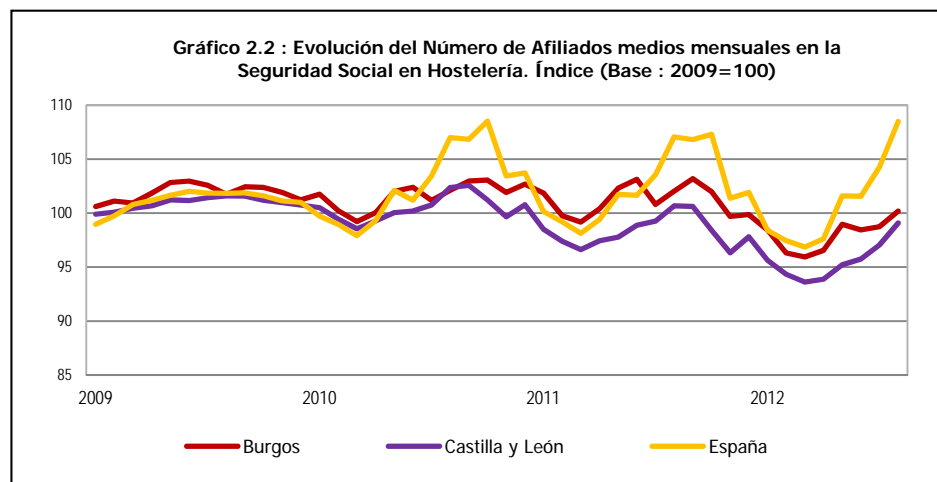
Como es de esperar el empleo en el sector tiene un fuerte componente estacional situándose para el periodo analizado enero 2009 a septiembre de 2013 en torno a los 10.000 afiliados (gráfico 2.1), de donde unos 6.750 lo eran en el Régimen General y 3.250 como autónomos. El empleo en el sector se ha mantenido estable en dicho periodo, observándose un ligero descenso en el último año.

Si analizamos la evolución de los afiliados en Burgos en comparación con lo ocurrido en Castilla y León y en España, tomando como referencia -índice 100 para los meses de 2009-, podemos observar que la situación en Burgos ha sido peor en comparación con España pero más favorable si la comparamos con Castilla y León.

En relación con lo ocurrido con el número de afiliados en Hostelería en comparación con el total de afiliados en los diversos sectores, podemos comentar que mientras que, con carácter general, se ha producido un fuerte descenso de afiliados, éste no ha sido tan pronunciado en el sector de Hostelería llegando incluso a situarse en lo que llevamos de 2013 por encima de los valores de 2009 en España; y en Burgos ya estamos alcanzando los niveles existentes en 2009 (gráfico 2.2).



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



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

Si diferenciamos entre afiliados en Servicios de Alojamiento (código 55) y Servicios de Comidas y Bebidas (código 66) en los últimos meses podemos observar, al final de cada mes, los siguientes resultados:

Tabla 2.1: Empleo en el Sector de Hostelería–Enero a Septiembre 2013										
Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.146	1.151	1.236	1.255	1.336	1.377	1.405	1.455	1.371
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.030	5.019	5.139	5.153	5.275	5.283	5.196	5.299	5.326
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	301	299	309	310	317	325	332	334	332
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.920	2.919	2.937	2.960	2.985	3.009	3.056	3.050	3.014
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.447	1.450	1.545	1.565	1.653	1.702	1.737	1.789	1.703
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	7.950	7.938	8.076	8.113	8.260	8.292	8.252	8.349	8.340
	Total Hostelería	9.397	9.388	9.621	9.678	9.913	9.994	9.989	10.138	10.043

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

3 FICHA DE OCUPACIÓN



3. Resultados de la Ficha de Ocupación Hotelera en la ciudad de Burgos

El objetivo de esta sección es estudiar el sector hotelero en la ciudad de Burgos. Entre las variables estudiadas tenemos: viajeros, pernoctaciones, estancia media y grado de ocupación, por tipo de alojamiento y categoría.

3.1 Ficha Técnica

Tabla FO.1: Ficha Técnica de la Ficha de Ocupación Hotelera en la ciudad de Burgos	
Fecha de Realización	Junio a Septiembre de 2013.
Instrumento de recogida de la información	Ficha de recogida de información aprobada según los objetivos establecidos del estudio.
Metodología de recogida de la información	Aplicación electrónica abierta a responsables de establecimientos hoteleros con apoyo telefónico hasta completar información.
Población	31 establecimientos hoteleros de la ciudad de Burgos.
Fichas cumplimentadas	21 fichas cumplimentadas.

La distribución por categoría de las fichas completadas que se han obtenido ha sido:

- 9 establecimientos de 4 estrellas (42,9%)
- 9 establecimientos de 3 estrellas (42,9%)
- 3 establecimientos de 2 y 1 estrellas (14,3%)

3.2 Oferta de habitaciones y plazas disponibles

Número de habitaciones disponibles: media: 64 habitaciones (mínimo = 13, máximo = 126). Existen diferencias según la categoría del hotel: a mayor categoría mayor número de habitaciones disponibles (tabla FO.2). **Número de plazas disponibles:** media 124 (mínimo = 25, máximo = 237), con diferencias según la categoría del alojamiento (tabla FO.2).

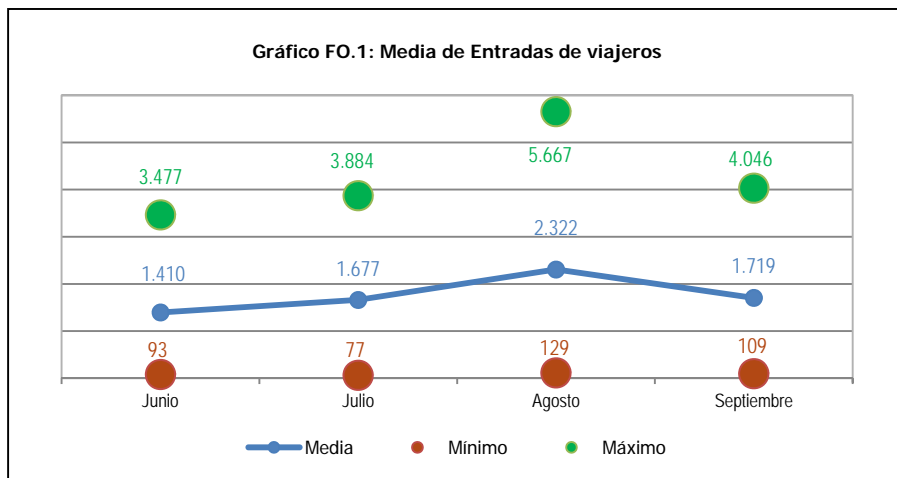
Tabla FO.2: Media del número de habitaciones y plazas disponibles		
Categoría	Media del Número de Habitaciones disponibles	Media del Número de plazas disponibles
1 ó 2 Estrellas	37	59
3 Estrellas	54	110
4 Estrellas	83	160

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos (OTB).

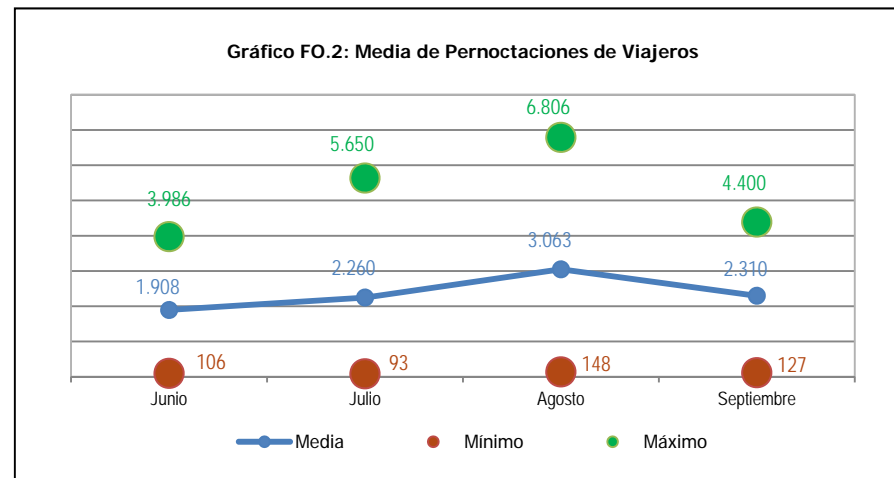
Los establecimientos analizados no cierran durante el periodo estudiado.

3.3 Demanda

Respecto al **número de entradas de viajeros** se aprecia la influencia de la estacionalidad en el movimiento de ocupación hotelera. Se observa un aumento desde junio a agosto y baja en septiembre (gráfico FO.1). Analizando por las distintas categorías, se observan diferencias del número de entrada de viajeros entre establecimientos de 1 ó 2 estrellas, con los de 3 y 4 estrellas (tabla FO.3).



Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB



Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Tabla FO.3: Media de Entradas de Viajeros por tipo de hotel

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	523	467	841	915
3 Estrellas	1.137	1.561	2.198	1.414
4 Estrellas	1.979	2.195	2.940	2.293

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

En relación con el **número de pernoctaciones**: se observa una tendencia semejante al movimiento de ocupación hotelera (gráfico FO.2 y tabla FO4).

Tabla FO.4: Media de Pernoctaciones de Viajeros por tipo de hotel

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	944	876	1.554	1.692
3 Estrellas	1.457	1.998	2.577	1.748
4 Estrellas	2.680	2.984	4.051	3.077

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Con la información obtenida anteriormente podemos ver la evolución de la media de pernoctaciones durante el periodo analizado. Si estos datos se comparan con los datos facilitados por INE, Burgos está por debajo de la media de pernoctaciones de Castilla y León (1,60) <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do>

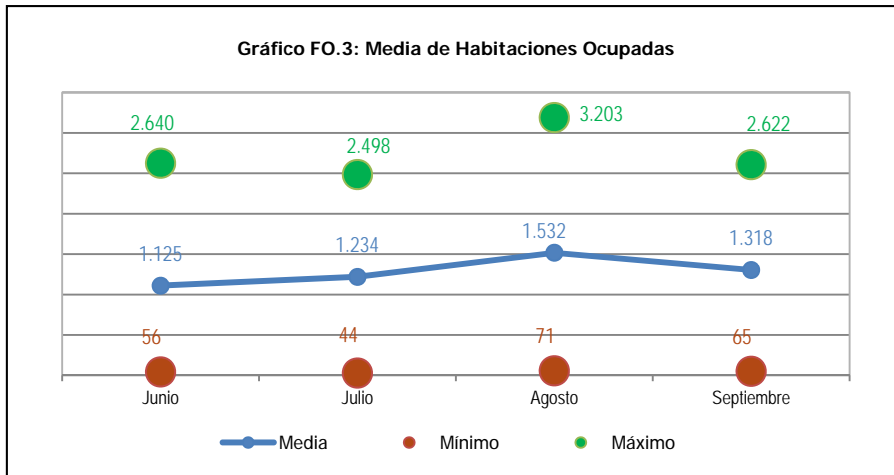
Tabla FO.5: Media de Pernoctaciones. Días

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 Estrella	1,40	1,49	1,07	1,26
2 Estrellas	1,93	1,94	1,95	1,96
3 Estrellas	1,28	1,28	1,17	1,24
4 Estrellas	1,35	1,36	1,38	1,34

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Número de habitaciones ocupadas: se observa similar tendencia en valores medios, en el mes de julio se observa un leve descenso en valores máximos y mínimos.

Gráfico FO.3: Media de Habitaciones Ocupadas



Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

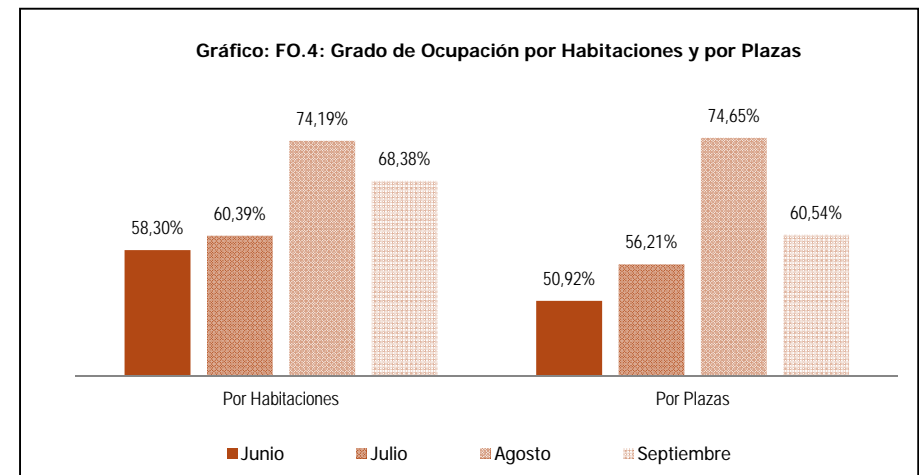
Tabla FO.6: Media del Número de Habitaciones ocupadas por tipo de hotel

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	487	462	761	845
3 Estrellas	928	1.114	1.387	1.084
4 Estrellas	1.560	1.643	1.967	1.731

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

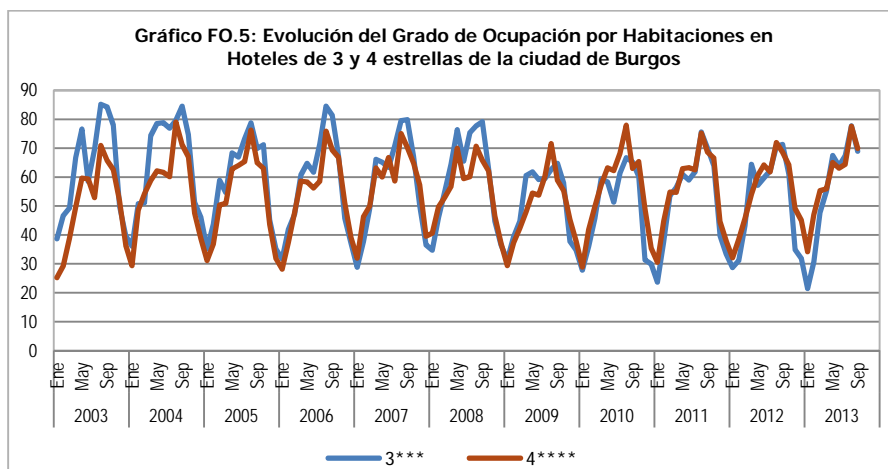
Los **grados de ocupación por habitaciones y plazas** en estos cuatro meses a estudio, son mayores del 50% en todos los meses y superior al 75% en agosto (gráfico FO.4).

Gráfico FO.4: Grado de Ocupación por Habitaciones y por Plazas



Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Analizando comparativamente el grado de ocupación por habitaciones en hoteles de 3 y 4 estrellas entre los datos proporcionados por la Federación de Hostelería de Burgos (7 y 9 establecimientos respectivamente) y los datos recogidos por el Observatorio de Turismo mediante la ficha de ocupación (9 y 9 establecimientos respectivamente) se observan valores muy similares, diferenciándose como mucho en medio punto porcentual, según meses (gráfico FO.5, tabla FO.7 y tabla FO.8).



Fuente: Federación de Hostelería de Burgos y elaboración propia.

Tabla FO.7: Grado de Ocupación por Habitaciones por tipo de Hotel (3 ó 4 estrellas) de la ciudad de Burgos. Junio a Septiembre 2013

Categoría	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3***	61,93	65,25	58,44	55,99	57,85	89,85	51,18	49,45	52,97	51,35	
4****	50,19	56,54	53,44	53,97	56,98	55,98	49,5	55,19	55,52	54,63	

Fuente: Federación de Hostelería de Burgos y elaboración propia.

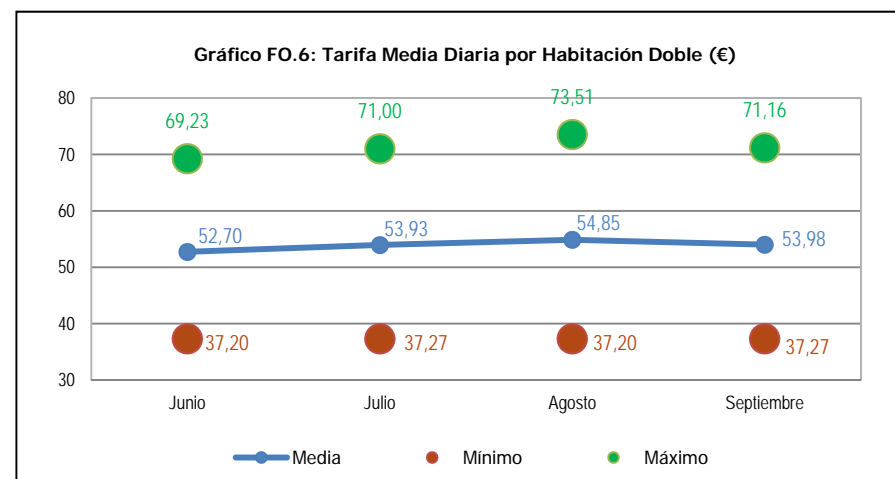
Tabla FO.8: Grado de Ocupación por Habitaciones por tipo de Hotel (3 ó 4 estrellas) de la ciudad de Burgos. Junio a Septiembre 2013

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
3***	59,11	65,91	81,25	69,18
4****	61,19	63,47	76,71	69,04

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB.

3.4 Tarifas medias

La **tarifa media diaria por habitación doble** (sin IVA) no sufre variación significativa en los 4 meses estudiados (gráfico FO.6 y tabla FO.9).



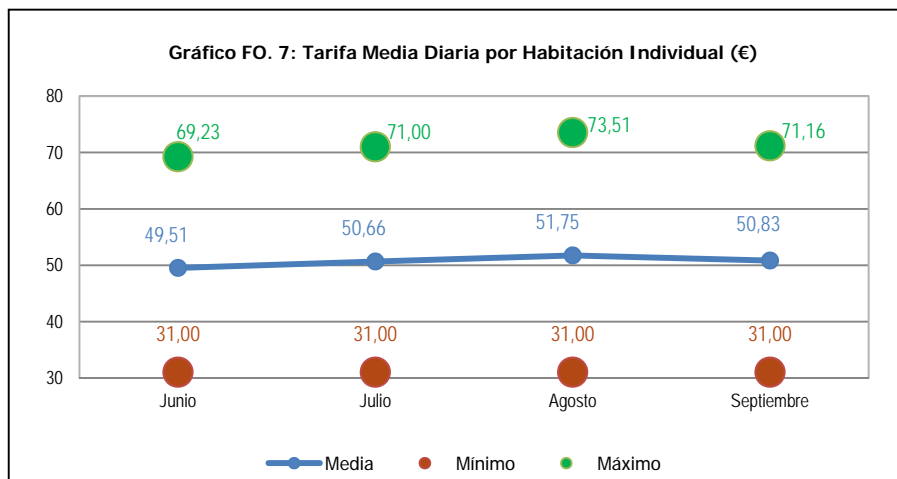
Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Tabla FO.9: Tarifa Media Diaria por Habitación Doble y por Tipo de Hotel (€)

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	45,00	45,00	45,00	45,00
3 Estrellas	49,79	50,33	51,64	50,26
4 Estrellas	58,18	60,51	61,36	60,70

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

El análisis de **la tarifa media diaria por habitación individual** (sin IVA), en estos meses, indica una evolución semejante al de los datos facilitados anteriormente (gráfico FO.7 y tabla FO.10).



Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Tabla FO.10: Tarifa Media Diaria por Habitación Individual y por Tipo de Hotel (€)

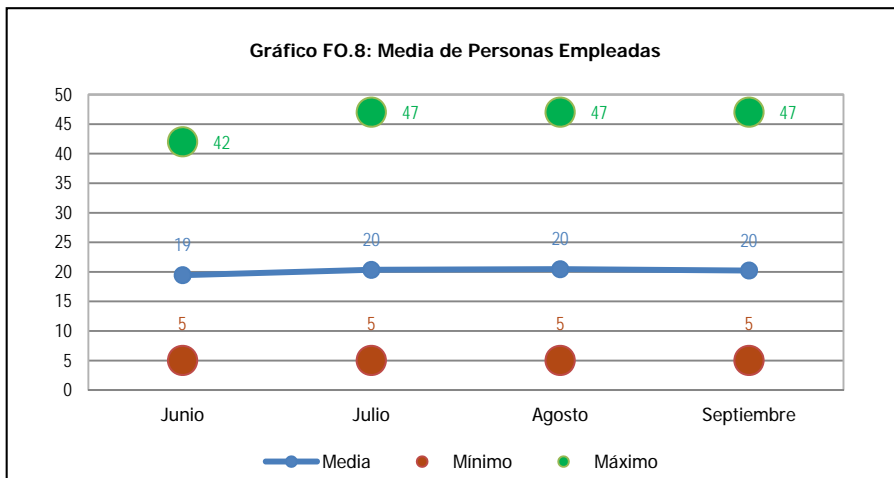
Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	34,00	34,00	34,00	34,00
3 Estrellas	46,57	47,06	48,24	47,04
4 Estrellas	57,62	59,81	61,18	60,26

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

3.5 Empleo en el Sector

Respecto al **número de personas empleadas** a fecha del último día del mes no se observan grandes diferencias en los datos globales (gráfico FO.8). Por categoría del establecimiento, sí se aprecian diferencias, siendo menores las personas empleadas en hoteles de 1 ó 2 estrellas (tabla FO.11). Estos datos nos permiten analizar el indicador sobre el número de personas por mes empleadas por habitación disponible, siendo de 4 personas en los datos generales, 3 personas en hoteles de 4 estrellas y 4 personas en hoteles de 1 ó 2 estrellas y 3, en cada uno de los meses a estudio.





Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB

Tabla FO.11: Media de Personas Empleadas por Tipo de Hotel

Categoría	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1 ó 2 Estrellas	9	9	10	10
3 Estrellas	14	15	16	15
4 Estrellas	28	28	28	28

Fuente: Ficha de Ocupación Hotelera. OTB



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 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			40	9,20
Bureba-Ebro			51	11,80
Amaya-Camino			64	14,70
Sierra de la Demanda			66	15,20
Merindades			81	18,70
Pinares			48	11,10
Ribera del Duero			84	19,40
Burgos	735	100		
TOTAL	735	62,90	434	37,10
TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS			1.169	100%

4.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha de Realización	Junio a Septiembre de 2013.
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.
Muestra	Ver tabla
Nivel de Confianza	95%
Error Muestral	Error muestral: $\pm 2,866\%$ sobre datos generales; $\pm 3,615\%$ para datos de la ciudad y $\pm 4,705\%$ para datos de la provincia
Ámbito geográfico	Burgos: ciudad y provincia

4.2 Perfil del Visitante

En la tabla ES.1 se incluye el perfil del visitante. Puede observarse que no existen grandes diferencias entre el perfil del visitante de la ciudad y el de la provincia. Los aspectos más importantes a destacar serían: el perfil del visitante de la ciudad y provincia de Burgos es de un matrimonio/pareja, tanto en la ciudad como de la provincia (72,0% y 75,6% respectivamente, sobre N=1077), de entre 40 y 54 años de edad (45 años de media), con procedencia mayoritariamente de España, principalmente en la provincia (85,8%); hay diferencias sobre la provincia de procedencia entre la ciudad (1. Madrid (10,3%), 2. Barcelona (5,7%) y 3. Vizcaya (3,4%)) y la provincia (1. Madrid (15,0%), 2. Vizcaya (13,6%) y 3. Burgos (11,5%)). Del 37,2% de visitantes de la ciudad que no son de España existe amplia variedad de orígenes, destacando Francia (6,8%), Alemania (5,3%) y EEUU (3,1%). No se aprecian diferencias según el sexo de los visitantes: tanto en la ciudad (H: 50%, M: 50%) como en la provincia (H: 52%, M: 48%), los porcentajes son similares.

Sobre el **número de hijos** de los visitantes, no se aprecian diferencias entre los visitantes de la ciudad y los de la provincia: tienen hijos un 51,9% de los visitantes. En referencia a la edad de los hijos, un mayor porcentaje de visitantes indican tener hijos de más de 20 años sobre el resto de categorías.

Respecto al **nivel de estudios** de los visitantes, tanto en la ciudad como en la provincia, indican mayoritariamente un nivel de estudios universitarios (63,2% y 63,7% respectivamente en ciudad y provincia, sobre N=1096).

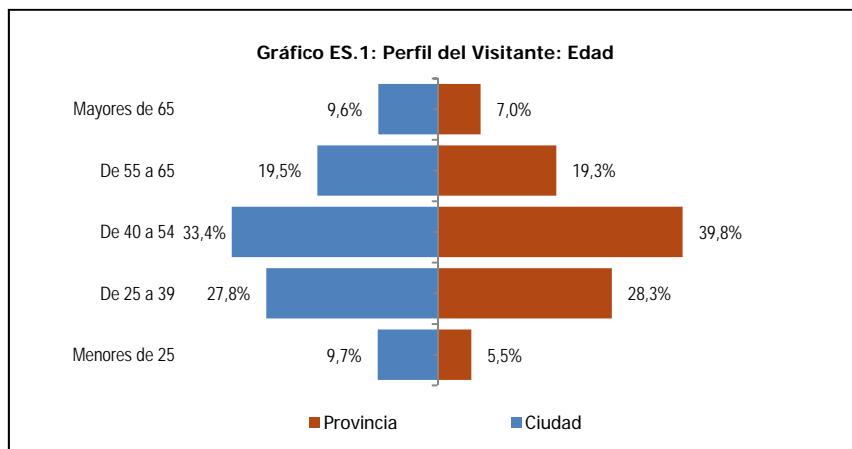
Sobre la **ocupación/profesión**, tanto los visitantes de la ciudad como los de la provincia, manifiestan dedicarse a tareas del hogar (46,5% y 53,2% respectivamente), seguido por la categoría trabajador por cuenta propia (15,3% y 15,4% respectivamente).

Tabla ES. 1: Perfil del Visitante

	Ciudad	Provincia																
Sexo	Hombre / Mujer	Hombre / Mujer																
Edad	45 años de media (entre 40 y 54)	45 años de media (entre 40 y 54)																
Procedencia	España (62,8%)	España (85,8%)																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Comunidad</th> <th>Provincia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Madrid</td> <td>1. Madrid</td> </tr> <tr> <td>2. Castilla y León</td> <td>2. Barcelona</td> </tr> <tr> <td>3. Cataluña</td> <td>3. Vizcaya</td> </tr> </tbody> </table>	Comunidad	Provincia	1. Madrid	1. Madrid	2. Castilla y León	2. Barcelona	3. Cataluña	3. Vizcaya	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Comunidad</th> <th>Provincia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Castilla y León</td> <td>1. Madrid</td> </tr> <tr> <td>2. País Vasco</td> <td>2. Vizcaya</td> </tr> <tr> <td>3. Madrid</td> <td>3. Burgos</td> </tr> </tbody> </table>	Comunidad	Provincia	1. Castilla y León	1. Madrid	2. País Vasco	2. Vizcaya	3. Madrid	3. Burgos
Comunidad	Provincia																	
1. Madrid	1. Madrid																	
2. Castilla y León	2. Barcelona																	
3. Cataluña	3. Vizcaya																	
Comunidad	Provincia																	
1. Castilla y León	1. Madrid																	
2. País Vasco	2. Vizcaya																	
3. Madrid	3. Burgos																	
Nivel de Estudios	Universitarios (63,2%)	Universitarios (63,7%)																
Estado Civil	Casado / En pareja (72,4%)	Casado / En pareja (75,6%)																
Hijos	Con o Sin hijos	Con o Sin hijos																
Ocupación	1. Tareas del hogar (46,5%) 2. Trabajador por cuenta propia (15,3%)	1. Tareas del hogar (53,2%) 2. Trabajador por cuenta propia (15,4%)																
Modo de Viaje	1. Con amigos (38,8%) 2. Viaje organizado (17,4%)	1. Con amigos (39,9%) 2. Viaje organizado (16,9%)																
Ingresos Familiares (neto mensual)	1. De 1.000 a 1.999€ (33,5%) 2. De 2.000 a 2.999€ (30,6%)	1. De 1.000 a 1.999€ (41,7%) 2. De 2.000 a 2.999€ (36,8%)																

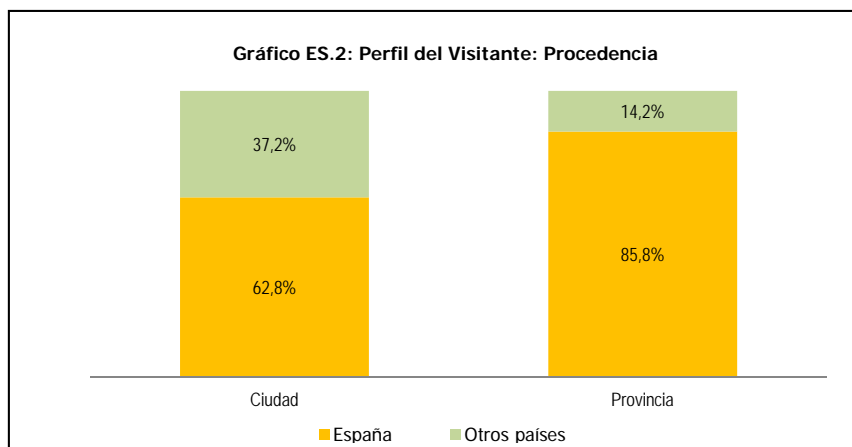
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB





N_{ciudad} = 710 (96,6% del total); N_{provincia} = 424 (97,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N_{ciudad} = 715 (97,3% del total); N_{provincia} = 424 (97,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



N = 1.169 (100% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En lo que se refiere a la **forma de viajar**, al igual que ocurre en otras cuestiones no se aprecian diferencias entre los visitantes de la ciudad y de la provincia (tabla ES.2), siendo la forma “con amigos” la mayoritaria, seguida de otras formas como “viajes organizados” o “solo”.

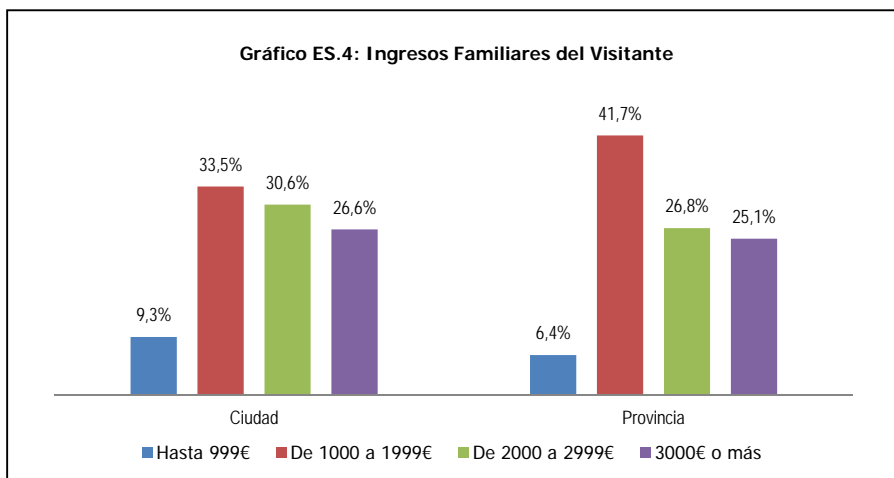
Tabla ES.2: Modo de Viajar del visitante

	Sólo	Con amigos	Viaje organizado	En pareja	En familia	IMSERSO	Otros
Ciudad	12,1%	38,8%	17,4%	4,9%	0,7%	0,6%	25,4%
Provincia	6,4%	39,9%	16,9%	3,2%	0,5%	0,0%	33,3%

N_{ciudad} = 708 (96,3% del total); N_{provincia} = 409 (94,2% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto a los **ingresos familiares** (neto mensual), observamos que nuestros visitantes, mayoritariamente, se sitúan en la franja “entre 1000 y 2000 euros”, seguido muy de cerca por las categorías “de 2.000 a 3.000 euros” y “de 3.000 a 4.000 euros” (Gráfico ES.4).



N_{ciudad} = 526 (71,6% del total); N_{provincia} = 235 (54,1% 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.

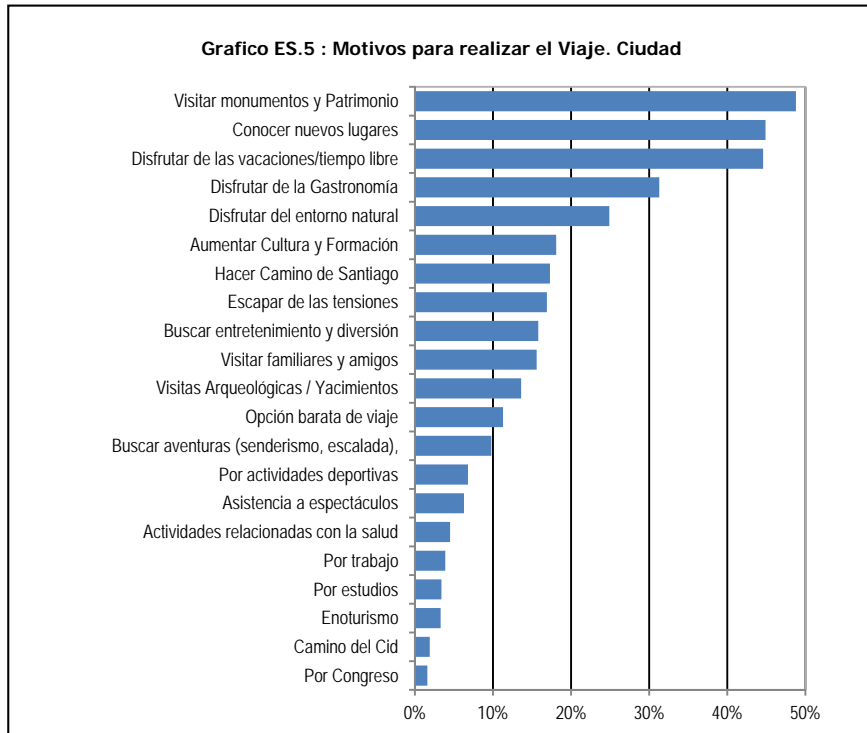
Tabla ES. 3: Preparación de la Visita

	Ciudad	Provincia
Motivos para realizar el viaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monumentos y Patrimonio 2. Conocer lugares nuevos 3. Vacaciones / Tiempo Libre 4. Gastronomía 5. Entorno Natural 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vacaciones / Tiempo Libre 2. Monumentos y Patrimonio 3. Entorno Natural 4. Conocer otros lugares 5. Visitar familiares y amigos
¿Ha estado antes en Burgos ciudad?	SI (50%)	SI (81%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	SI (41%)	SI (81%)
Conocimientos del destino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet (40%) 2. Amigos / Familia (34%) 3. Guías / Folletos (26%) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Amigos / Familia (48%) 2. Internet (24%) 3. Soy de la zona (15%)
Uso de Internet	Mayoritariamente sólo para información (56%)	Mayoritariamente sólo para información (47%)
Tipo de transporte	Turismo (54,4%)	Turismo (81,8%)
Organización de la visita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet (39%) 2. Sin contratación previa (30,2%) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin contratación previa (61,3%) 2. Internet (21,7%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Dentro de los **motivos para realizar la visita** nos encontramos con gran variedad, tanto en visitantes de la ciudad como de la provincia, destacando principalmente entre los visitantes de la ciudad: Visitar monumentos y patrimonio

(48,8%), Conocer lugares nuevos (44,9%), Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (44,6%), Disfrutar de la gastronomía (31,3%) y Disfrutar del entorno natural (24,9%); mientras que entre los visitantes de la provincia principalmente se indican como motivos de la visita: Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (47,5%), Visitar monumentos y patrimonio (44,0%), Disfrutar del entorno natural (41,2%), Conocer lugares nuevos (30,0%), Visitar familiares y amigos (22,8%) y Disfrutar de la gastronomía (20,7%) (gráfico ES.5).



N_{ciudad} = 723 (98% del total)

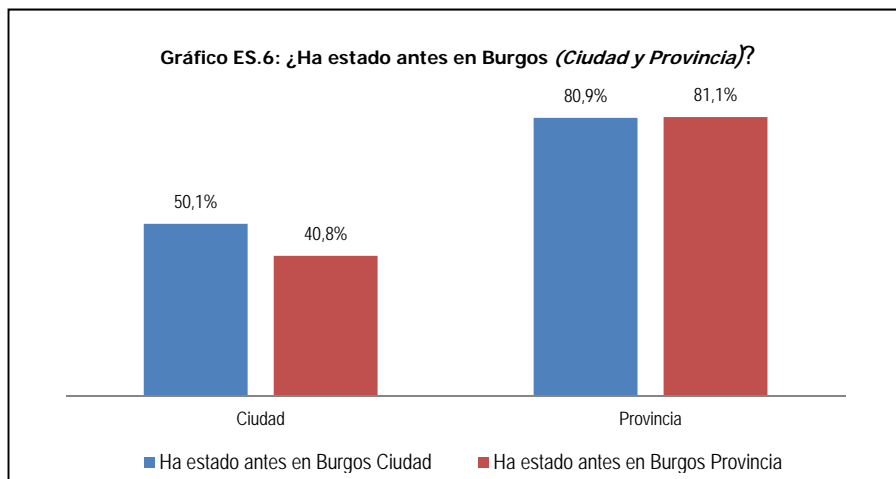
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N_{provincia} = 428 (99% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Casi la mitad de los visitantes de la ciudad indican **haber estado antes en la ciudad** (50,1%) y en la provincia (40,8%), mientras que los visitantes de la provincia indican mayoritariamente haber estado antes en la ciudad (80,9%) y en la provincia (81,1%) (gráfico ES.6).



Ha estado antes en Burgos Ciudad: $N_{ciudad} = 718$ (97,7% del total); $N_{provincia} = 423$ (97,5% del total)
 Ha estado antes en Burgos Provincia: $N_{ciudad} = 632$ (86,0% del total); $N_{provincia} = 413$ (94,9% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **número de veces que ha estado en Burgos**, se categorizan las respuestas obtenidas en: 1, 2, 3 y 4 o más veces, resultando lo que expresa la tabla ES.4

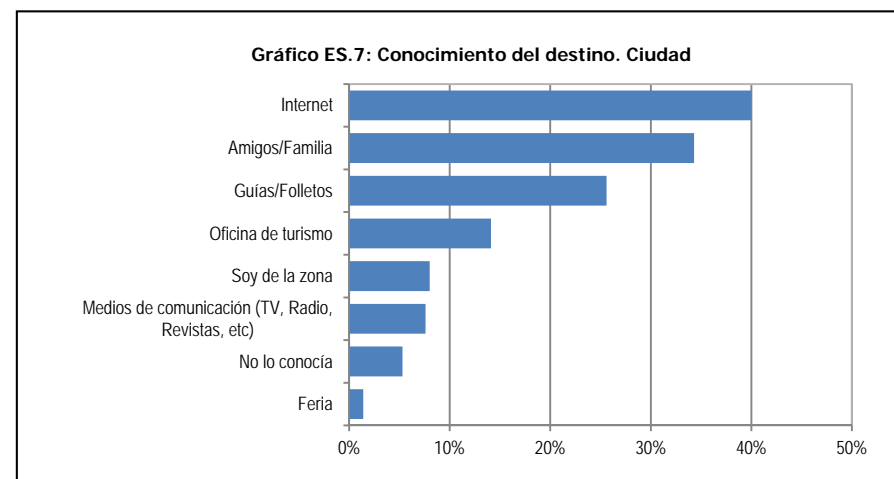
Tabla ES.4: Número de veces que ha estado en la Ciudad y Provincia

	Ciudad		Provincia	
	Visitantes de la ...		Visitantes de la ...	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
1 vez	25,9%	18,8%	18,2%	14,8%
2 veces	16,6%	25,5%	12,3%	14,1%
3 veces	10,3%	8,7%	8,9%	8,1%
4 ó más veces	47,2%	47,0%	60,6%	63,0%

Nº de veces que ha estado en Ciudad: $N_{ciudad} = 290$ (39,5% del total); $N_{provincia} = 149$ (34,3% del total)
 Nº de veces que ha estado en Provincia: $N_{ciudad} = 203$ (27,6% del total); $N_{provincia} = 135$ (31,1% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

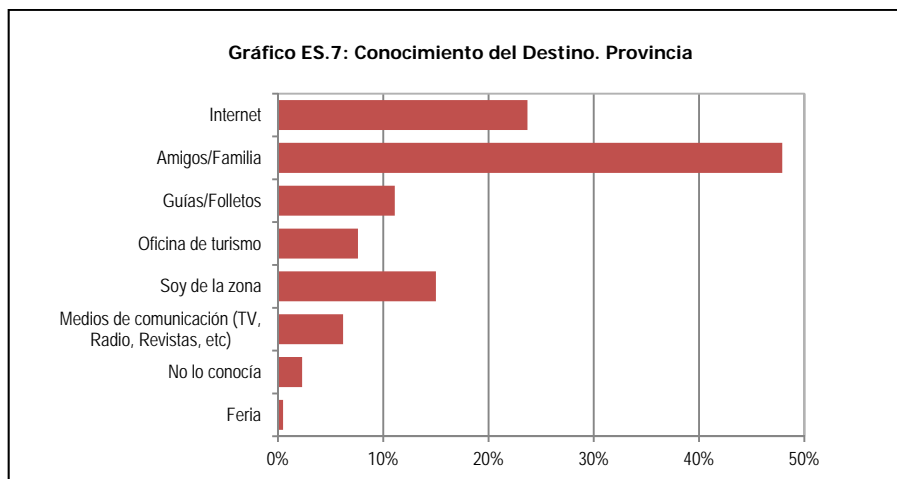
El análisis sobre los medios por los que **conoce el destino** se observan cómo mayoritariamente Internet y por amigos/familia; siendo en los visitantes a la ciudad Internet el medio mayoritario por el que conocen el destino (40,0%) y destacando el bajo porcentaje de los medios de comunicación (7,6%). Mientras que en los visitantes a la provincia destaca mayoritariamente el conocimiento por medio de amigos o familiares (47,9%), notándose igualmente en los visitantes a la provincia el bajo porcentaje que lo conocía por los medios de comunicación (6,2%) (gráfico ES.7).



$N_{ciudad} = 673$ (91,6% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

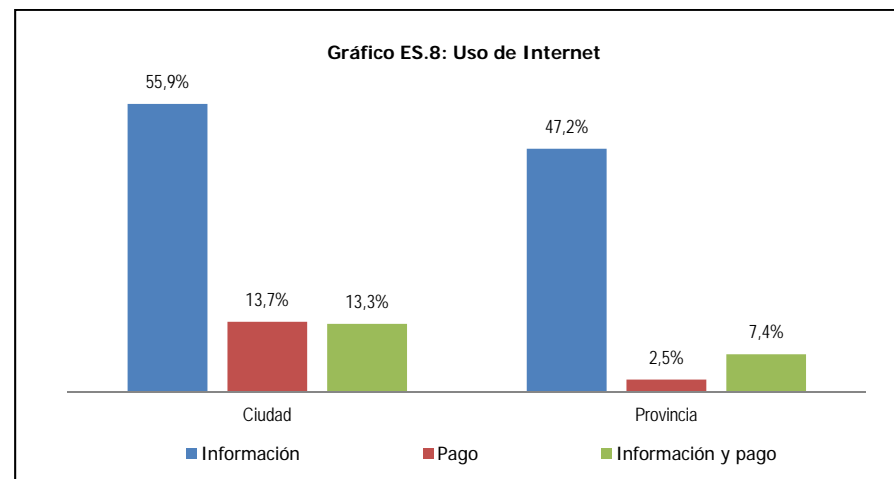




N_{provincia}=418 (96,3% del total)
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

De manera general se puede concluir que los visitantes de Burgos (ciudad y provincia), a la hora de preparar su visita, **utilizan internet** según el siguiente orden, para cuestiones relacionadas con el alojamiento (49,0%), las actividades y visitas (39,8%) y el transporte (31,6%). Mientras que las acciones que realizan los visitantes son mayoritariamente sobre información (55,9% y 47,2% en visitantes de la ciudad y la provincia respectivamente) (gráfico ES.8).

Internet se usa principalmente para la búsqueda de información. También está bastante extendido el pago del alojamiento a través de internet (aproximadamente 40% y 32% en ciudad y provincia); el pago del transporte (27% y 22,6% en ciudad y provincia); el pago de actividades y visitas (19,2% y 7,5% en ciudad y provincia) (tabla ES.7)



N_{ciudad} = 504 (68,6% del total) y N_{provincia} = 208 (47,9% del total)

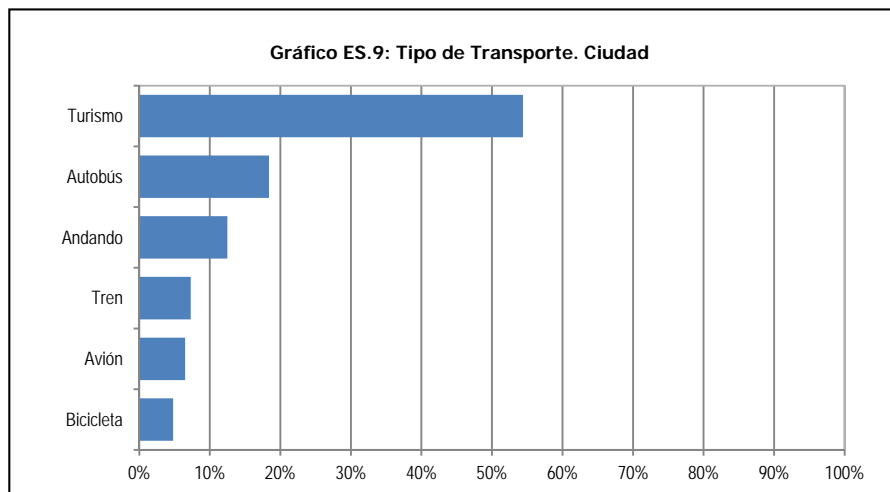
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Tabla ES.5: Uso de Internet

	Transporte		Alojamiento		Actividades/Visitas	
	N=369 (31,6% del total)		N=573 (49,0% del total)		N=465 (39,8% del total)	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
Información	73,0%	77,5%	60,2%	78,1%	80,8%	92,6%
Pago	16,3%	6,3%	19,4%	6,0%	12,6%	0,7%
Ambas	10,7%	16,3%	20,4%	15,9%	6,6%	6,8%

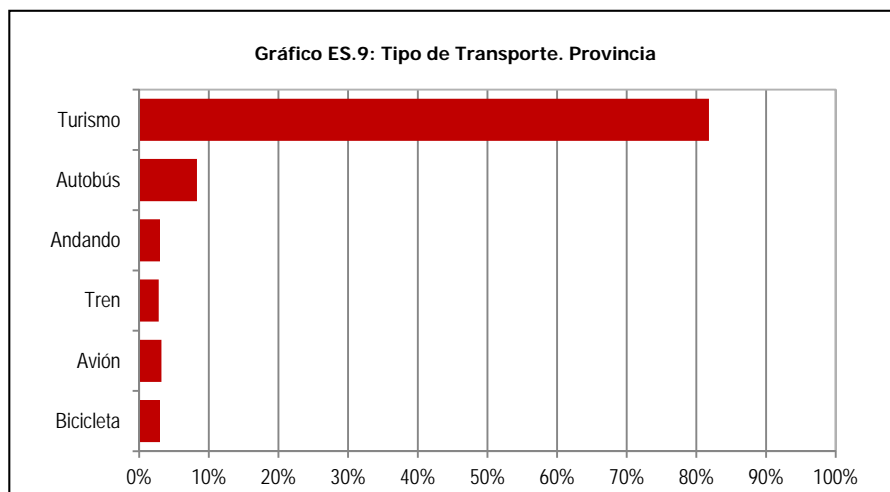
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

El **medio de transporte** empleado para realizar el desplazamiento es mayoritariamente el turismo (54,4% en ciudad sobre N=680 y 81,8% en provincia sobre N=420). Un 18,4% indican que vienen en autobús y un 12,4% indican que vienen andando, principalmente realizando el Camino de Santiago (gráfico ES.9).



N_{ciudad} = 680 (92,5% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N_{provincia} = 420 (96,8% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **modo de organización de la visita**, en la ciudad, el 39,0% organiza su visita mediante internet y un 30,2% sin contratación previa, siendo únicamente un 8,8% quienes la organizan por agencia de viajes. En la provincia, un 61,3% de los visitantes la organizan sin contratación previa y un 21,7% por internet (tabla ES.6).

Tabla ES.6: Modo de Organización de la Visita

	Visitantes de la...	
	Ciudad	Provincia
Agencia de viajes	8,8%	3,2%
Por teléfono	8,2%	9,4%
Camino de Santiago	13,7%	1,8%
Por internet	39,0%	21,7%
Sin contratación previa	30,2%	61,3%

N_{ciudad} = 504 (68,6% del total) y N_{provincia} = 208 (47,9% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

4.4 Visita

Dentro de los **motivos para realizar la visita** nos encontramos con gran variedad, tanto en visitantes de la ciudad como de la provincia, destacando principalmente entre los visitantes de la ciudad: Visitar monumentos y patrimonio (48,8%), Conocer lugares nuevos (44,9%), Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (44,6%), Disfrutar de la gastronomía (31,3%) y Disfrutar del Entorno Natural (24,9%); mientras que entre los visitantes de la provincia principalmente se indican como motivos de la visita: Disfrutar de vacaciones y tiempo libre (47,5%), Visitar monumentos y patrimonio (44,0%), Disfrutar del Entorno Natural (41,2%), Conocer lugares nuevos (30,0%), Visitar familiares y amigos (22,8%) y Disfrutar de la gastronomía (20,7%) (gráfico ES.3).

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	1 día (40,7%) ó 2 días (31,8%)	1 día (34,8%) y 4 ó más días (30,0%)
Pernoctación	Si (84,7%)	Si (70,5%) ⁹
Tipo principal de alojamiento	Hotel (69,3%) 3 estrellas (49,7%) y 4 estrellas (38,4%)	Hotel (30,6%) 3 estrellas (32,8%) y 4 estrellas (32,8%)
Itinerario realizado	Sólo Burgos (50,2%)	Sólo Provincia (56,9%)
Principales gastos de la visita	Restauración (66,8%)	Restauración (52,8%)
Gasto total de la visita (persona/día)	<60€ (46,7%)	<60€ (57,9%)
Modo de comidas	Tapas (40,5%) y Menú del Día (40,0%)	Menú del día (37,8%) y Tapas (22,8%)
Lugares visitados Burgos ciudad	Catedral (83,8%) y Mirador del Castillo (41,4%)	Catedral (32,0%) y Monasterio de las Huelgas (15,4%)
Lugares visitados Burgos provincia	Atapuerca (21,5%)	Otros (53,0%) y Sto. Domingo de Silos (21,0%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La **duración de la visita** es mayoritariamente de 1 ó 2 días, destacando el 30,0% de los visitantes de provincia que están 4 días o más (tabla ES.8).

Acorde con la la duración de la visita, se analizan las **pernoctaciones** (Si ó No) y el número de pernoctaciones que realizan los visitantes (sobre $N_{ciudad}=636$ (86,5% del total) y $N_{provincia}=403$ (92,9% del total)), destacando que un 84,7% de los visitantes de la ciudad sí pernoctan en Burgos, principalmente 1 ó 2 noches (50,8% y 27,0% respectivamente); mientras que un 70,5% de los visitantes de la provincia indican que si pernoctan, principalmente 1 ó 2 noches (29,6% y 30,7% respectivamente).

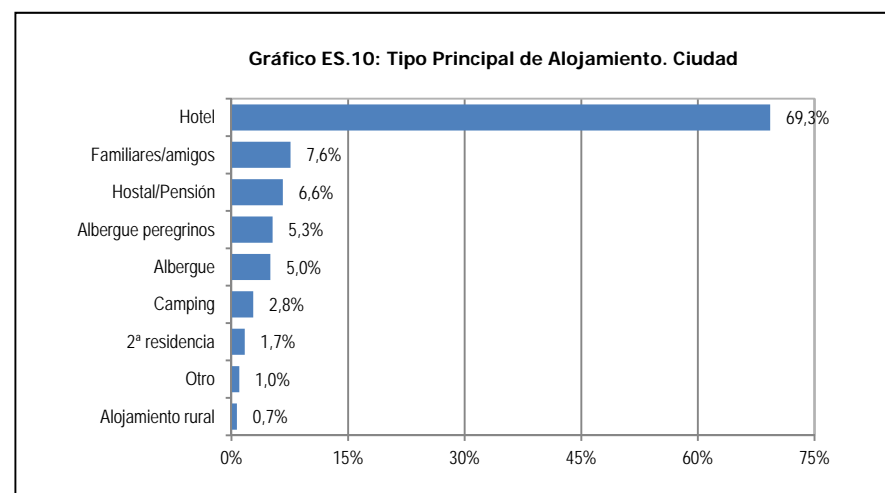
Tabla ES.8: Duración de la Visita

	Ciudad	Provincia
1 día	40,7%	34,8%
2 días	31,8%	21,4%
3 días	13,8%	13,8%
4 o más días	13,8%	30,0%

$N_{ciudad}=696$ (94,7% del total) y $N_{provincia}=420$ (96,8% del total)

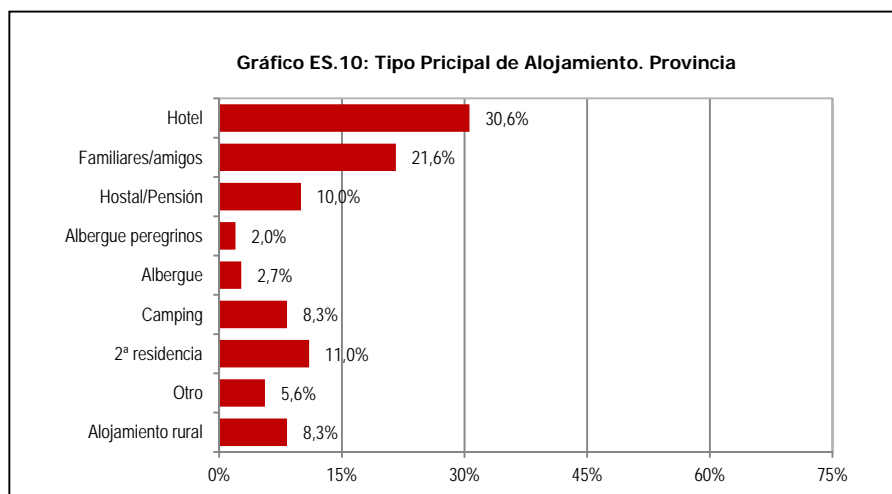
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En el **tipo de alojamiento** elegido se muestran diferencias entre los visitantes de la ciudad y los de la provincia que pernoctan; los visitantes de la ciudad se alojan mayoritariamente en Hoteles (69,3%) principalmente de 3 y 4 estrellas (49,7% y 38,4% respectivamente); los visitantes de la provincia emplean diferentes opciones de alojamiento, siendo las mayoritarias el hotel (30,6%) y casas de familiares y amigos (21,6%). En los visitantes de la provincia, un 8,3% emplean alojamientos rurales (gráfico ES.10).



$N_{ciudad}=580$ (78,9% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N_{provincia} = 301 (69,4% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **itinerario realizado** la mitad de los visitantes entrevistados en la ciudad manifiestan que visitan únicamente la ciudad (sobre N=666), mientras que un 21,9% indican que visitan la ciudad y la provincia y un 14,6% indican que Burgos y otras ciudades. Entre los visitantes de la provincia (sobre N=400), un 56,9% indican que sólo visitan la provincia, un 21,9% la provincia y la ciudad de Burgos ciudad y un 10,1% indican que Burgos y otras ciudades.

En cuanto a los **principales gastos de la visita** la restauración se muestra como el mayor gasto de la visita, tanto en visitantes de la ciudad (66,8% sobre N=594) como en los visitantes de la provincia (52,8% sobre N=309) (tabla ES.9).

El **gasto total en la visita por persona y día** indica mayoritariamente un gasto menor de 60€ tanto en la ciudad (46,7%) como en la provincia (57,9%). Los porcentajes de visitantes que gastan más dinero disminuyen significativamente

a medida que aumenta el gasto (más en la provincia que en la ciudad), tal y como se observa en la tabla ES.10.

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

	Ciudad	Provincia
Compras	48,7%	31,3%
Cultura/Ocio	50,7%	31,3%
Transporte	50,2%	42,6%
Alojamiento	63,7%	39,9%
Bares/Cafeterías	60,1%	46,8%
Restauración	66,8%	52,8%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Tabla ES.10: Gastos por persona / día

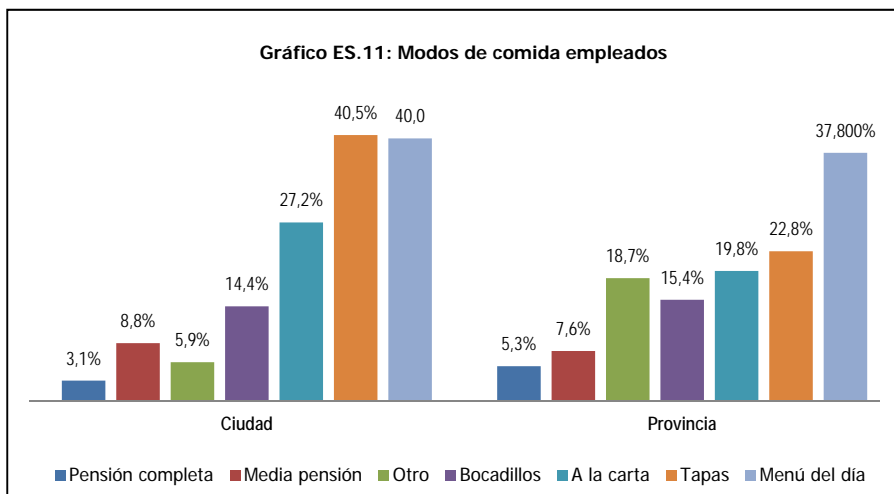
	Ciudad	Provincia
< 60€	46,7%	57,9%
61 - 100€	28,1%	28,8%
101 - 150€	15,6%	9,4%
151 - 250€	6,5%	2,3%
> 250€	3,0%	1,6%

N_{ciudad} = 629 (85,6% del total) y N_{provincia} = 385 (88,7% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Los **modos de comida** más empleados por los visitantes de la ciudad y la provincia son, en este orden: menú del día, tapas y a la carta. Hay diferencias entre los visitantes de la ciudad y los de la provincia (gráfico ES.11).

Cuando se pregunta por los **lugares visitados o con intención de visitar**, la catedral y el entorno del castillo son los puntos más visitados en la ciudad. En la provincia, depende de la comarca visitada; destaca de forma general Santo Domingo de Silos y Ataperuca (gráfico ES.12).



Nota: N_{ciudad} = 630 (% del total) y N_{provincia} = 373 (% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

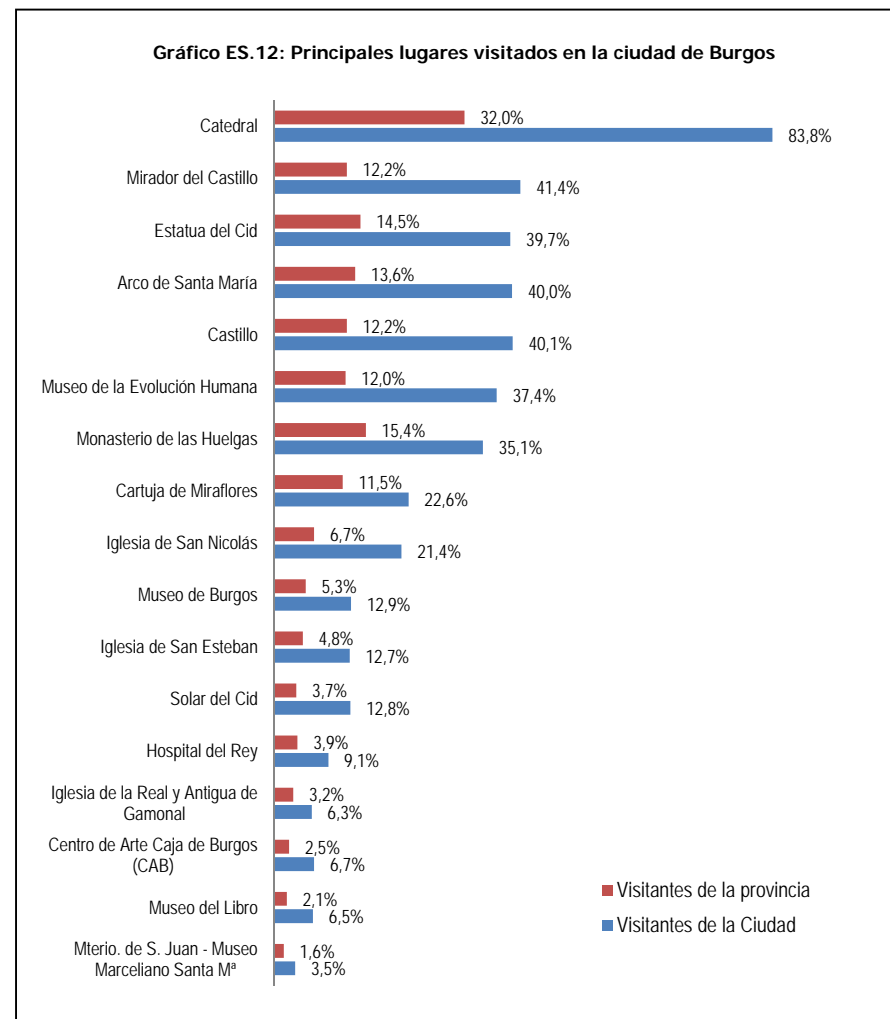
En cuanto a la **satisfacción global** con la visita se ha de destacar las altas valoraciones realizadas por los visitantes, tanto en la ciudad como en la provincia (tabla ES.11).

En el gráfico ES.13 se observa mediante la distribución de frecuencias como se concentran las respuestas en los valores de “Bastante Satisfecho” (4) y “Muy Satisfecho” (5).

Tabla ES.11: Descriptivos Satisfacción Global con la Visita

Ciudad			Provincia		
N	Media	Desviación Típica	N	Media	Desviación Típica
585	4,37 sobre 5	0,757	368	4,39 sobre 5	0,617

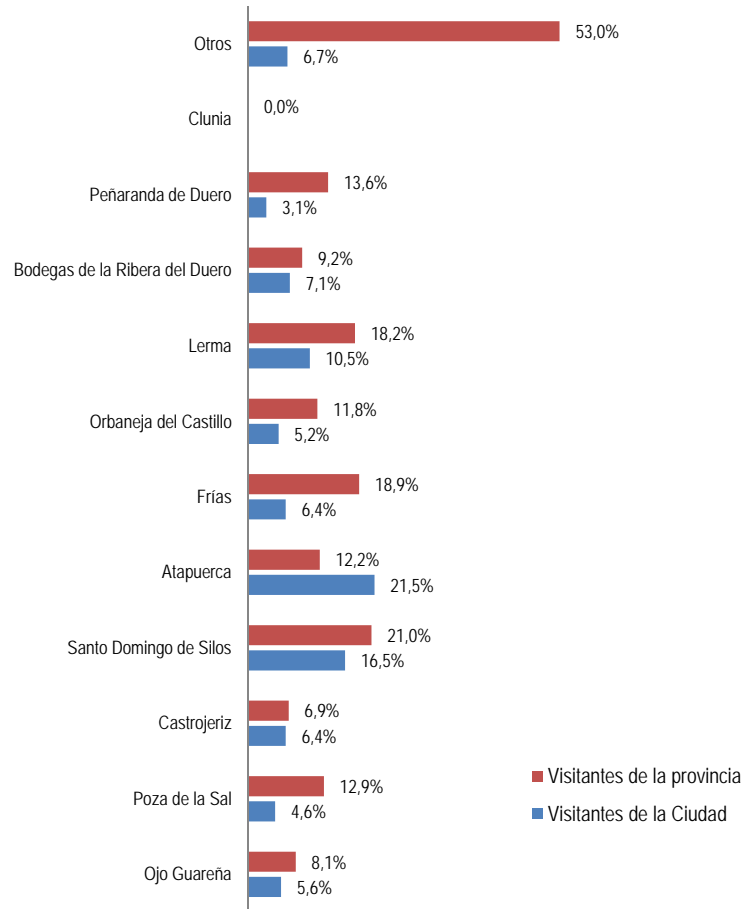
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Nota: (N_{ciudad} = 656 (% del total) y N_{provincia} = 158 (% del total).

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

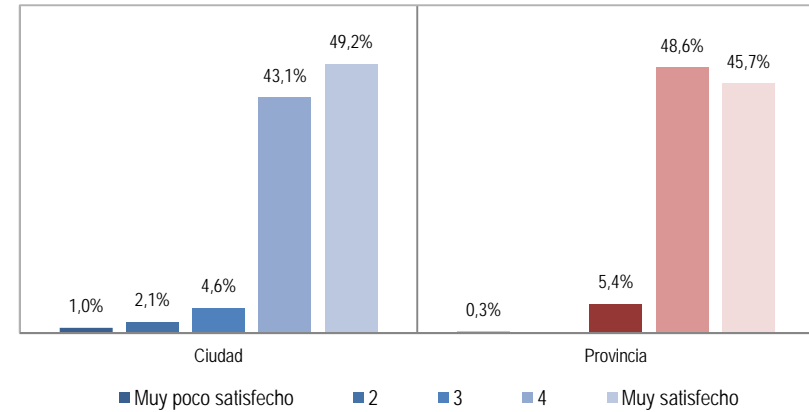
Gráfico ES.12: Principales lugares visitados en la provincia de Burgos



Nota: ($N_{ciudad} = 300$ (% del total) y $N_{provincia} = 394$ (% del total)).

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

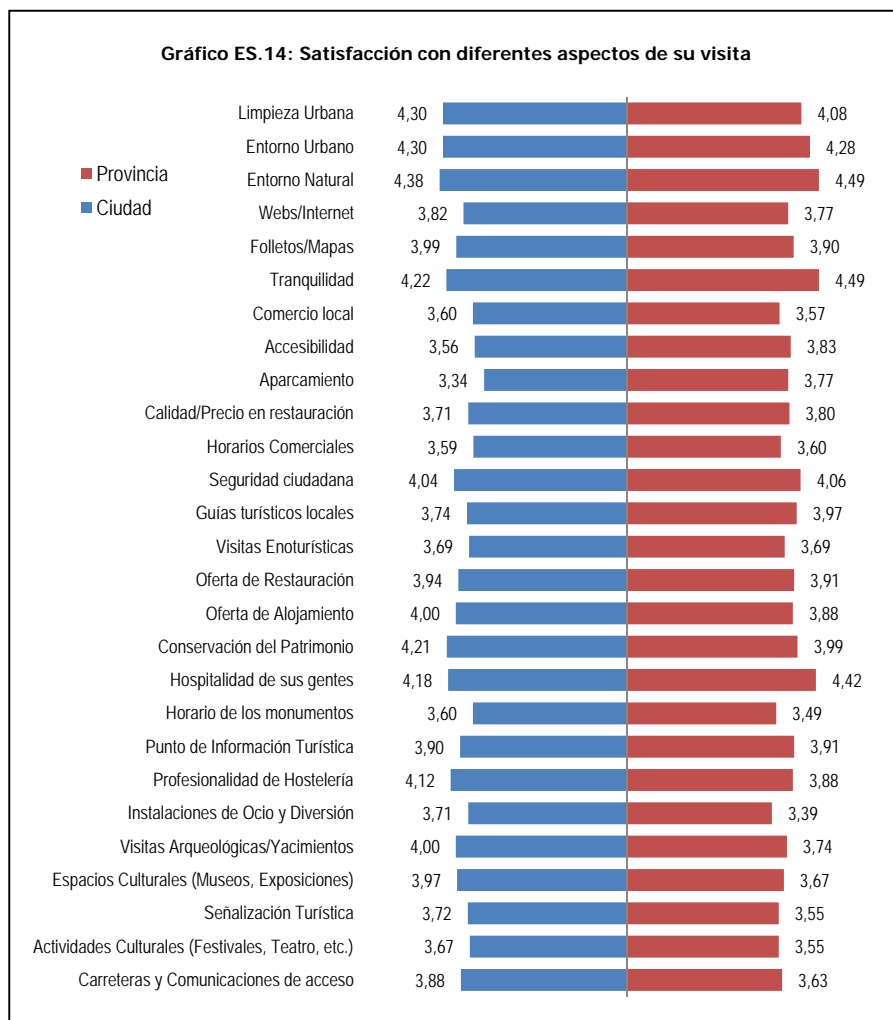
Gráfico ES.13: Satisfacción Global con la Visita



Nota: $N_{ciudad} = 630$ (% del total) y $N_{provincia} = 373$ (% del total)

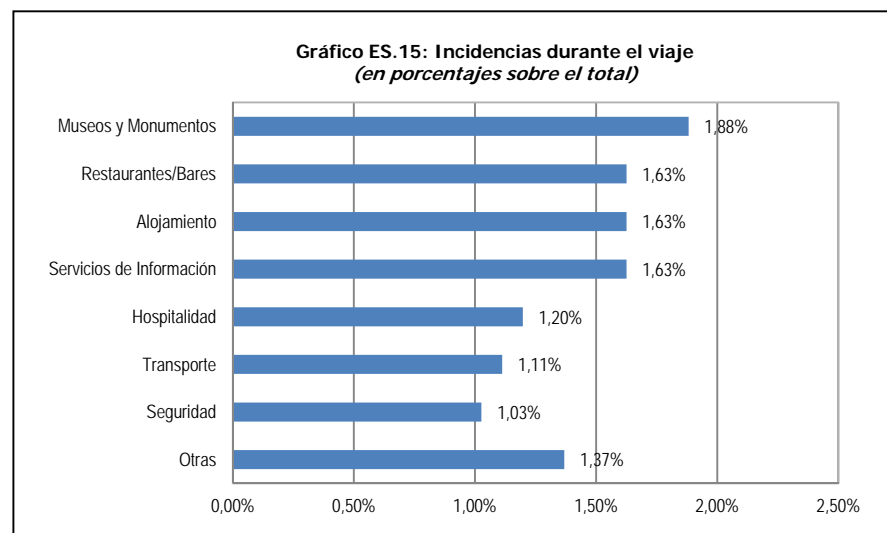
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Los visitantes, tanto de la ciudad como de la provincia, se muestran altamente satisfechos (medias superiores a 3 en todos los ítems) en general con todos los aspectos sobre los que se pregunta, destacando entre los visitantes de la ciudad aspectos como el entorno urbano (4,30) y su limpieza (4,30), la tranquilidad (4,22) y la conservación del patrimonio (4,21) entre otros, mientras que entre los visitantes de la provincia se destacan aspectos como tranquilidad (4,49), entorno natural (4,49) y hospitalidad de sus gentes (4,42). Los aspectos con menor satisfacción son, entre los visitantes de la ciudad: aparcamiento (3,34) y comercio local (3,60); entre los visitantes de la provincia, los aspectos con menor satisfacción son las instalaciones de ocio y diversión (3,39) y el horario de los monumentos (3,49) (gráfico ES.14).



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Al preguntar sobre la posible existencia de **incidencias o problemas durante la visita** y con qué han estado relacionadas, solamente un 9,3% de los visitantes de la ciudad han indicado alguna incidencia. Las incidencias, han estado relacionadas con diferentes aspectos, principalmente con los museos y monumentos, seguidos por restaurantes y bares, alojamiento y servicios de información, la hospitalidad, el transporte y la seguridad. El conjunto de otras incidencias es minoritario; entre todas ellas suman un 1,37% del total de visitantes.



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

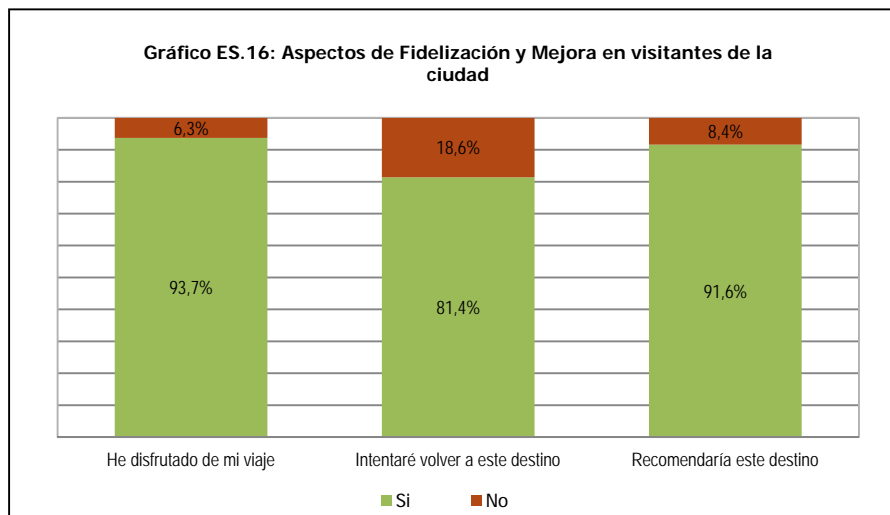
4.5 Fidelización

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

Al analizar los aspectos sobre la fidelización de los visitantes se puede concluir que ni los visitantes de la ciudad ni de la provincia, **antes de decidirse por este destino, han evaluado y comparado diferentes alternativas**. Igualmente casi la totalidad de los visitantes consideran que **la zona visitada tiene un alto atractivo turístico** (tabla ES.12).

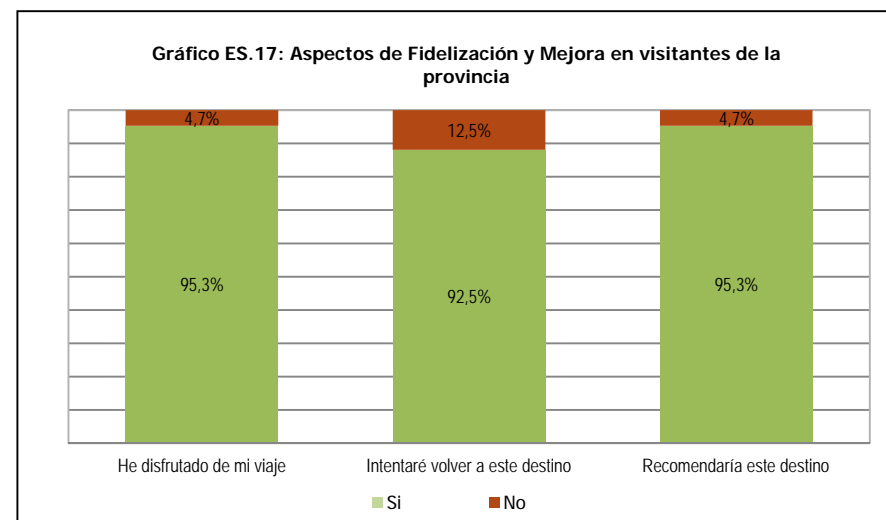
Tabla ES.12: Fidelización		
	Ciudad	Provincia
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas (N=838, 71,7% del total)	35,5%	23,2%
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico (N=941, 80,5% del total)	87,2%	87,3%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Nota: N_{disfruta del viaje} = 924 (79,0% del total), N_{volver} = 965 (82,5% del total) y N_{recomendaría} = 969 (82,9% del total).

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Nota: N_{disfruta del viaje} = 924 (79,0% del total), N_{volver} = 965 (82,5% del total) y N_{recomendaría} = 969 (82,9% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

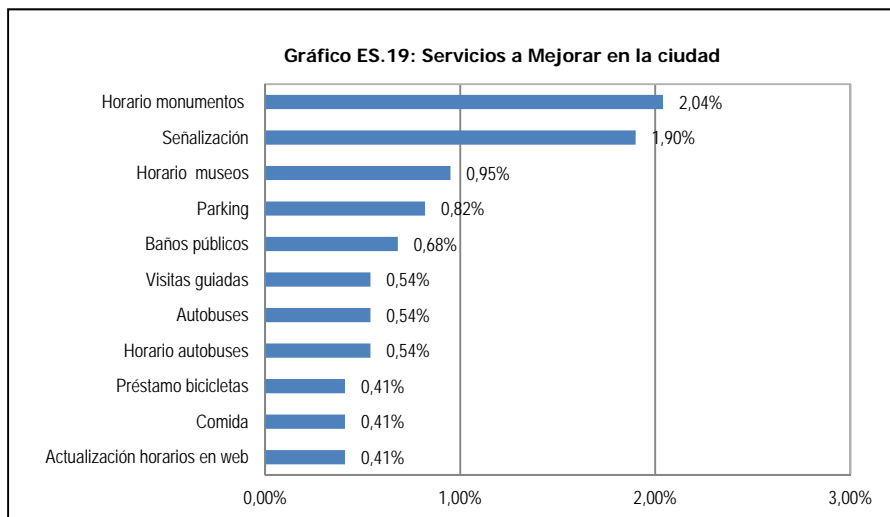
Igualmente se puede concluir que casi la totalidad de los encuestados (porcentajes superiores al 90%) tanto en ciudad como en provincia **han disfrutado de su visita, intentarán volver y recomendarán el destino** (gráfico ES.16 y gráfico ES.17).

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

4.6 Mejoras

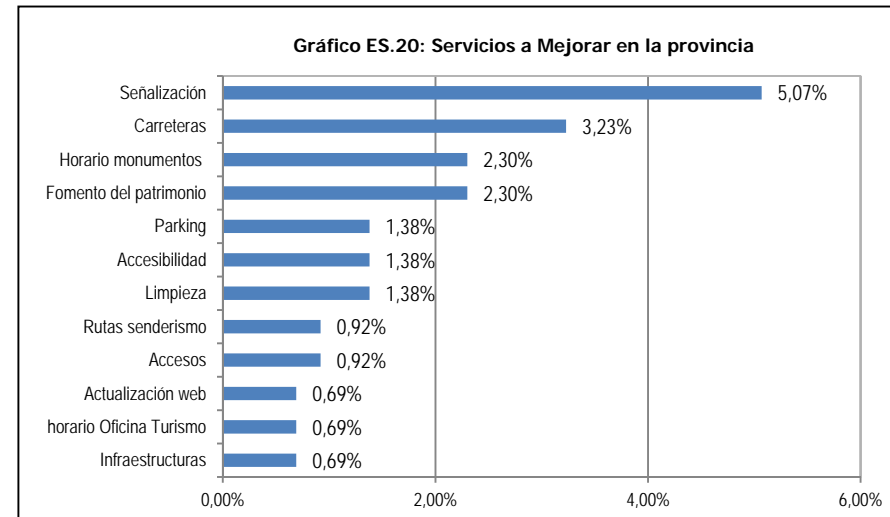
En la especificación de los servicios a mejorar existe una gran disparidad de opiniones, y en algunos casos, una excesiva concreción que hace difícil su análisis, por lo que debe de tomarse con las correspondientes reservas.

Servicios a mejorar en Burgos Ciudad. De 114 observaciones de los encuestados el gráfico representa 68 de las mismas; se citan con sus respectivos porcentajes.



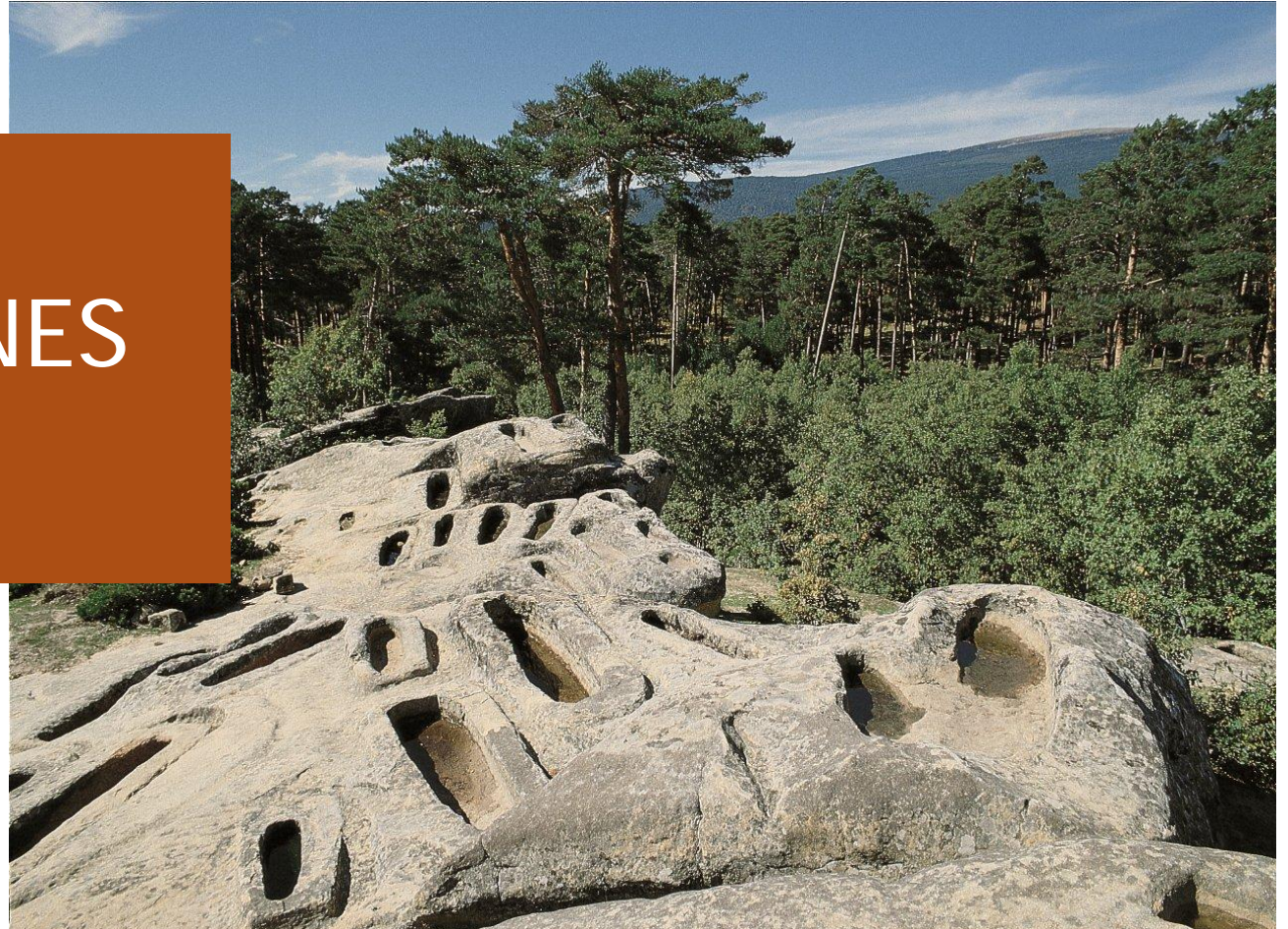
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Servicios a mejor en Burgos Provincia. De 118 observaciones realizadas por los visitantes de la provincia, en el gráfico se representa 91 de las mismas con sus respectivos porcentajes sobre el total de visitantes.



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

5 CONCLUSIONES



5. Conclusiones

En línea con la situación nacional, se ha producido un descenso en los establecimientos hoteleros en la ciudad y un incremento de alojamientos rurales en la provincia, en los últimos años, aunque en ambos casos se ha producido un aumento en el número de plazas.

En los últimos años, de acuerdo a la tendencia nacional, se ha observado un incremento de viajeros y pernoctaciones en la ciudad y un ligero descenso en el medio rural.

Se ha observado un mantenimiento del empleo en el sector del turismo en Burgos hasta el año 2011 y un ligero descenso en 2012, presentando un crecimiento sostenido en los meses de 2013.

La información obtenida en la ficha de ocupación suministrada por los hosteleros burgaleses muestran niveles de ocupación ligeramente superiores a los suministrados por las estadísticas oficiales. A partir de 2009 el grado de ocupación de en hoteles de 4 estrellas ha pasado a ser superior a los de 3 estrellas.

Este estudio revela la uniformidad entre el perfil del turista de la capital y el de la provincia. El perfil de los viajeros que nos visitan, corresponden a una edad media de 45 años, viajan en pareja y el medio de transporte más utilizado es el vehículo particular. El turista, que elige Burgos como destino, posee estudios universitarios, en un 63%, y dentro de las diferentes razones que han motivado su visita, destacan el interés por visitar el patrimonio monumental, el entorno natural, la gastronomía y la visita a amigos/familiares. Otro de los aspectos que define el perfil del turista o viajero que nos visita es que más del 50% de los visitantes que recibimos posee unos ingresos superiores a 2000 € mensuales.

La única diferencia reseñable, entre ciudad y provincia, que reflejan los datos está relacionada con la procedencia de los turistas. El 15% de los turistas

que visitan el medio rural burgalés proceden de la Comunidad de Madrid, seguidos de la provincia de Vizcaya (13,6%) y la propia provincia de Burgos (11,5%). De la misma manera, Madrid se presenta como primera procedencia de los turistas que visitan la ciudad con un 10%, pero en este caso, le siguen Barcelona (5,7%) y Vizcaya (3,4%). Cabe destacar el incremento del Turismo Internacional es una característica común entre ambos destinos.

En cuanto a la búsqueda de información previa, el Observatorio refleja la importancia de las nuevas tecnologías ya que el 40% de los viajeros explora en internet antes de viajar a Burgos como destino.

Destacar de los datos proporcionados, además, que en la ciudad hay un 27,6% de excursionistas y en la provincia un 34,6%.

Otro aspecto a destacar es el alto grado de satisfacción de los turistas, más del 90% de los turistas en Burgos disfrutaban de su viaje, recomiendan el destino e intentarán volver.

La limpieza de nuestros entramados urbanos, la conservación del Patrimonio, la tranquilidad, la hospitalidad y la restauración, se presentan como las fortalezas del total provincial burgalés obteniendo una valoración de 4 sobre una escala de 1 a 5. Se trata de unos datos más que notables pero la satisfacción difiere en lo que se refiere a la señalización y horario de visita a los monumentos, con una nota media de 3,47 en la misma escala de 1 a 5.

Todo ello se resume en alto grado de satisfacción y bajo nivel de incidencias en el desarrollo de las actividades de visita y pernoctación, realizadas por los turistas.

En definitiva, nuestro territorio goza de una diversidad paisajística y una riqueza monumental y gastronómica que ofrecen recursos "ilimitados" donde el viajero sabe que tiene innumerables razones para volver.

GLOSARIO DE TÉRMINOS



Glosario de Términos

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.

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.

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.

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.

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.

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,...).

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

Excursionistas personas que no pernoctan.

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.

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.

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).

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.

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.

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.

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.

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.

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.

