

# OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS



Año 0, Boletín N° 2, Agosto 2014



Diputación  
de Burgos



Diputación  
de Burgos

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

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

COORDINA:  
Pablo Arranz Val

ELABORADO POR:  
Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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



Fernando Lara Ortega  
Germán Martínez Arcos  
Begoña Sanmartí Estarta

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

Diseño y maquetación: Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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

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



UNIVERSIDAD  
DE BURGOS

Sonríe,  
es Burgos.



Ayuntamiento  
de Burgos



Diputación  
de Burgos



# 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. Índice de Confianza Empresarial en el Sector Turístico de Burgos.....	28
4. Análisis del Perfil y Percepción del visitante de la ciudad y la provincia de Burgos.....	35
4.1 Ficha Técnica.....	35
4.2 Perfil del visitante.....	36
4.3 Preparación de la visita.....	38
4.4 Visita.....	43
4.5 Fidelización.....	49
4.6 Mejoras.....	50
5. Conclusiones.....	53
Glosario de Términos.....	55



## Presentación

En este Boletín número 2, correspondiente al periodo Febrero – Mayo 2014, el objetivo del Equipo Técnico del Observatorio de Turismo de la ciudad y la provincia de Burgos ha sido el de observar las principales magnitudes relacionadas con dicho sector, tanto en la ciudad como en la provincia desde el punto de vista de la demanda y de la satisfacción de los turistas.

Se recopilan, comparan y analizan los datos estadísticos de los principales indicadores de la evolución de la actividad turística desde la demanda y el empleo en los cinco primeros meses de 2014. En la demanda nos centramos en el número de viajeros y pernoctaciones registradas, en establecimientos hoteleros y de turismo rural, realizando comparaciones con los índices similares observados en Castilla y León y en España; así como con los obtenidos en otras cuatro ciudades y provincias –Córdoba, Cuenca, Salamanca y León-.

En esta ocasión presentamos como novedad **el Índice de Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos (ICTBU)** elaborado a partir de encuestas telefónicas realizadas a empresarios de alojamientos turísticos y de restauración, tanto en la ciudad como en la provincia de Burgos. Se ha elaborado tomando como base los indicadores de situación y de expectativas del sector.

En el estudio de percepción de los turistas de Burgos correspondiente al tercer periodo de encuestación, que comprende de febrero a mayo de 2014, se analizan los resultados de la encuesta en cada uno de sus apartados: perfil del visitante, preparación de la visita, desarrollo de la visita, satisfacción y fidelización de los visitantes.

Este análisis se complementa con el informe final, del perfil y la percepción de los turistas, en el que se aborda la comparación de los resultados

obtenidos en los tres periodos observados - Junio a Septiembre de 2013 / Octubre 2013 a Enero 2014 / Febrero a Mayo de 2014- para aquellos ítems más representativos en los que se han encontrado diferencias, tanto para la ciudad como para la provincia. Finalmente, para la provincia, se ha procedido a una segmentación de los resultados para cada una de las siete comarcas específicas con las respuestas obtenidas de los cuestionarios en los tres periodos, de encuestación por considerarlos significativamente representativos.

Con ello y con las aportaciones realizadas por los turistas sobre propuestas de mejora y demanda de nuevos servicios se pretende contribuir a aportar información, que ayude, en la medida de lo posible, en los procesos de toma de decisiones de los principales agentes implicados: instituciones públicas, establecimientos hoteleros, casas rurales, restaurantes, etc.

*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 cinco 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 cinco 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 al valor global registrado en la Comunidad de Castilla y León, dos puntos por encima. Finalmente, la variación del año 2014, se encuentra al mismo que el valor global a nivel nacional. Por ello, debemos destacar este importante dato del sector.



		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	165.742	158.193	169.508	-4,55%	7,15%
	Extranjeros	65.487	68.768	68.738	5,01%	-0,04%
	<b>Total</b>	<b>231.229</b>	<b>226.961</b>	<b>238.246</b>	<b>-1,85%</b>	<b>4,97%</b>
Castilla y León	Nacionales	1.139.549	1.095.782	1.129.551	-3,84%	3,08%
	Extranjeros	266.093	284.733	291.804	7,01%	2,48%
	<b>Total</b>	<b>1.405.641</b>	<b>1.380.515</b>	<b>1.421.355</b>	<b>-1,79%</b>	<b>2,96%</b>
España	Nacionales	16.122.991	15.034.293	15.750.029	-6,75%	7,15%
	Extranjeros	13.274.736	13.575.002	14.279.613	2,26%	-0,04%
	<b>Total</b>	<b>29.397.727</b>	<b>28.609.295</b>	<b>30.029.642</b>	<b>-2,68%</b>	<b>4,97%</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 teniendo en cuenta diferentes provincias muy similares a la nuestra. Así, debemos destacar que Burgos ocupa la segunda posición en cuanto al incremento del número de viajeros, siendo Córdoba la que ocupa la primera posición. Si bien se puede observar que esa diferencia es mínima. Un aspecto a destacar es que en Burgos el incremento es ligeramente superior al de León, y más destacado que en Salamanca, que ha sufrido una disminución en el número de viajeros en los cinco primeros meses de 2014 en relación al mismo periodo del año anterior.

Otro aspecto a comentar es que el incremento de Burgos y León en el número de visitantes, se debe a turistas nacionales, mientras que en Córdoba, es la procedencia de extranjeros la que ha experimentado un mayor número.

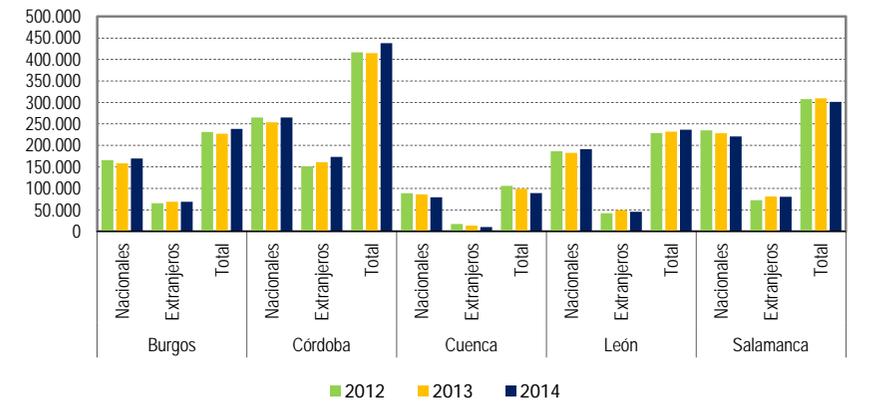
**Tabla 1.2: Número de Viajeros durante los cinco primeros meses del año. (2012 -2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	165.742	158.193	169.508	-4,55%	7,15%
	<b>Extranjeros</b>	65.487	68.768	68.738	5,01%	-0,04%
	<b>Total</b>	<b>231.229</b>	<b>226.961</b>	<b>238.246</b>	<b>-1,85%</b>	<b>4,97%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	265.073	253.809	264.805	-4,25%	4,33%
	<b>Extranjeros</b>	151.316	160.784	173.030	6,26%	7,62%
	<b>Total</b>	<b>416.392</b>	<b>414.592</b>	<b>437.835</b>	<b>-0,43%</b>	<b>5,61%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	88.442	85.850	79.069	-2,93%	-7,90%
	<b>Extranjeros</b>	17.225	13.229	9.934	-23,20%	-24,91%
	<b>Total</b>	<b>105.665</b>	<b>99.078</b>	<b>89.003</b>	<b>-6,23%</b>	<b>-10,17%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	186.239	182.670	191.086	-1,92%	4,61%
	<b>Extranjeros</b>	42.196	49.167	45.468	16,52%	-7,52%
	<b>Total</b>	<b>228.434</b>	<b>231.837</b>	<b>236.554</b>	<b>1,49%</b>	<b>2,03%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	234.880	228.433	220.788	-2,74%	-3,35%
	<b>Extranjeros</b>	72.673	81.044	80.449	11,52%	-0,73%
	<b>Total</b>	<b>307.553</b>	<b>309.476</b>	<b>301.236</b>	<b>0,63%</b>	<b>-2,66%</b>

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



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



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



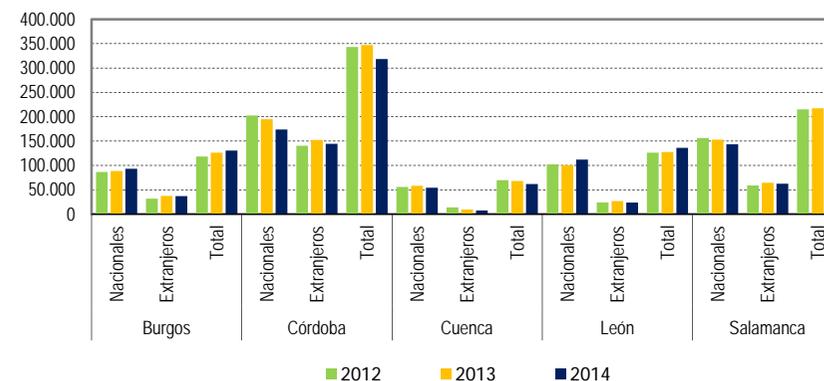
**Tabla 1.3: Número de Viajeros durante los cinco primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Comparados Sólo Capitales de Provincia**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	86.680	88.701	93.195	2,33%	5,07%
	Extranjeros	31.650	37.470	37.192	18,39%	-0,74%
	<b>Total</b>	<b>118.330</b>	<b>126.171</b>	<b>130.387</b>	<b>6,63%</b>	<b>3,34%</b>
Córdoba	Nacionales	202.648	194.829	173.739	-3,86%	-10,82%
	Extranjeros	140.546	152.491	144.566	8,50%	-5,20%
	<b>Total</b>	<b>343.194</b>	<b>347.320</b>	<b>318.305</b>	<b>1,20%</b>	<b>-8,35%</b>
Cuenca	Nacionales	55.862	58.219	54.105	4,22%	-7,07%
	Extranjeros	13.901	9.762	7.736	29,77%	-20,75%
	<b>Total</b>	<b>69.763</b>	<b>67.981</b>	<b>61.841</b>	<b>-2,55%</b>	<b>-9,03%</b>
León	Nacionales	102.047	100.508	112.141	-1,51%	11,57%
	Extranjeros	24.082	26.900	23.968	11,70%	-10,90%
	<b>Total</b>	<b>126.129</b>	<b>127.408</b>	<b>136.109</b>	<b>1,01%</b>	<b>6,83%</b>
Salamanca	Nacionales	156.252	152.847	143.514	-2,18%	-6,11%
	Extranjeros	58.838	64.655	62.377	9,89%	-3,52%
	<b>Total</b>	<b>215.090</b>	<b>217.502</b>	<b>205.891</b>	<b>1,12%</b>	<b>-5,34%</b>

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



**Gráfico 1.2: Número de Viajeros durante los cinco 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 últimos cinco meses de 2014, Burgos ha experimentado un incremento en el número de viajeros de un 3,34%, debido a los turistas nacionales. Este incremento fue inferior al del año 2013 (6,63%). Este buen dato se debió fundamentalmente a la llegada de turistas extranjeros. En segundo lugar, se debe destacar, que a nivel de capital de provincia, León registra el mayor incremento, debido a los turistas nacionales y que Córdoba capital experimenta una disminución del 8,35% en el número de viajeros.



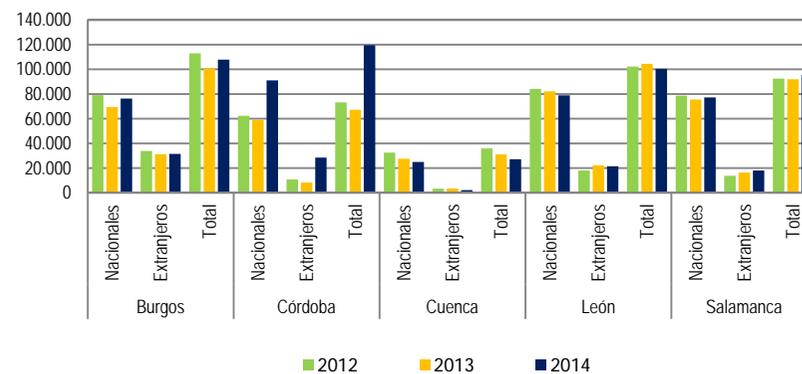
**Tabla 1.4: Número de Viajeros durante los cinco primeros meses del año. (2012 – 2014). Datos Comparados Solo Provincias**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	79.062	69.492	76.313	-12,10%	9,82%
	Extranjeros	33.837	31.298	31.546	-7,50%	0,79%
	<b>Total</b>	<b>112.899</b>	<b>100.790</b>	<b>107.859</b>	<b>-10,73%</b>	<b>7,01%</b>
Córdoba	Nacionales	62.425	58.980	91.066	-5,52%	54,40%
	Extranjeros	10.770	8.293	28.464	-23,00%	243,23%
	<b>Total</b>	<b>73.198</b>	<b>67.272</b>	<b>119.530</b>	<b>-8,10%</b>	<b>77,68%</b>
Cuenca	Nacionales	32.580	27.631	24.964	-15,19%	-9,65%
	Extranjeros	3.324	3.467	2.198	4,30%	-36,60%
	<b>Total</b>	<b>35.902</b>	<b>31.097</b>	<b>27.162</b>	<b>-13,38%</b>	<b>-12,65%</b>
León	Nacionales	84.192	82.162	78.945	-2,41%	-3,92%
	Extranjeros	18.114	22.267	21.500	22,93%	-3,44%
	<b>Total</b>	<b>102.305</b>	<b>104.429</b>	<b>100.445</b>	<b>2,08%</b>	<b>-3,82%</b>
Salamanca	Nacionales	78.628	75.586	77.274	-3,87%	2,23%
	Extranjeros	13.835	16.389	18.072	18,46%	10,27%
	<b>Total</b>	<b>92.463</b>	<b>91.974</b>	<b>95.345</b>	<b>-0,53%</b>	<b>3,67%</b>

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



**Gráfico 1.3: Número de Viajeros durante los cinco primeros meses del año. Datos Comparados Sólo Provincias**



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

El análisis de la evolución del **número de pernoctaciones** realizadas durante los cinco primeros meses del año correspondientes al periodo 2012-2014 de la tabla 1.5, muestra unos datos bastante satisfactorios si se comparan con los datos obtenidos en 2013, en el mismo periodo de tiempo. Por otro lado, si lo comparamos con los datos globales de Castilla y León, Burgos se encuentra por encima, casi un punto más, pero por debajo de lo sucedido a nivel nacional.

Finalmente, debemos destacar que este aumento viene dado principalmente por los turistas nacionales, y en menor medida por los turistas extranjeros.



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

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	278.944	255.860	263.560	-8,28%	3,01%
	Extranjeros	82.288	89.789	90.921	9,12%	1,26%
	<b>Total</b>	<b>361.231</b>	<b>345.649</b>	<b>354.481</b>	<b>-4,31%</b>	<b>2,56%</b>
Castilla y León	Nacionales	1.946.962	1.859.801	1.872.093	-4,48%	0,66%
	Extranjeros	402.181	414.620	438.071	3,09%	5,66%
	<b>Total</b>	<b>2.349.142</b>	<b>2.274.421</b>	<b>2.310.164</b>	<b>-3,18%</b>	<b>1,57%</b>
España	Nacionales	35.986.572	33.454.288	34.399.432	-7,04%	2,83%
	Extranjeros	54.244.743	55.848.582	58.731.036	2,96%	5,16%
	<b>Total</b>	<b>90.231.314</b>	<b>89.302.870</b>	<b>93.130.468</b>	<b>-1,03%</b>	<b>4,29%</b>

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



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

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	278.944	255.860	263.560	-8,28%	3,01%
	Extranjeros	82.288	89.789	90.921	9,12%	1,26%
	<b>Total</b>	<b>361.231</b>	<b>345.649</b>	<b>354.481</b>	<b>-4,31%</b>	<b>2,56%</b>
Córdoba	Nacionales	468.867	433.849	450.212	-7,47%	3,77%
	Extranjeros	227.846	234.086	250.521	2,74%	7,02%
	<b>Total</b>	<b>696.714</b>	<b>667.934</b>	<b>700.732</b>	<b>-4,13%</b>	<b>4,91%</b>
Cuenca	Nacionales	139.535	137.507	127.654	-1,45%	-7,17%
	Extranjeros	25.578	17.591	15.441	-31,23%	-12,22%
	<b>Total</b>	<b>165.113</b>	<b>155.099</b>	<b>143.095</b>	<b>-6,06%</b>	<b>-7,74%</b>
León	Nacionales	326.695	321.449	306.524	-1,61%	-4,64%
	Extranjeros	58.264	63.105	61.242	8,31%	-2,95%
	<b>Total</b>	<b>384.958</b>	<b>384.555</b>	<b>367.764</b>	<b>-0,10%</b>	<b>-4,37%</b>
Salamanca	Nacionales	424.416	422.398	418.583	-0,48%	-0,90%
	Extranjeros	121.455	127.485	131.976	4,96%	3,52%
	<b>Total</b>	<b>545.871</b>	<b>549.884</b>	<b>550.556</b>	<b>0,74%</b>	<b>0,12%</b>

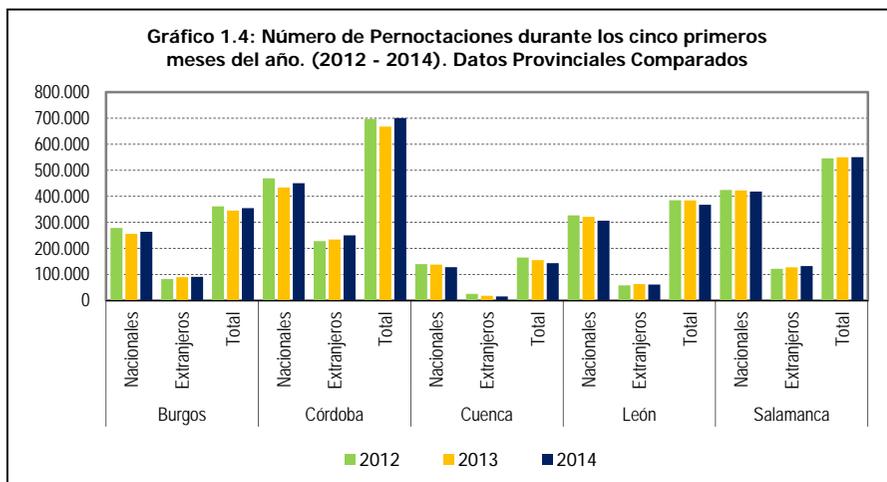
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

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

En primer lugar observamos en Burgos la buena evolución que han tenido los cinco primeros meses de 2014, mostrando un incremento del 2,56% en relación

al año 2013, cifra mucho más positiva que la registrada en el año 2013, para el mismo periodo temporal que supuso una disminución del 4,31%.

Por otro lado, si analizamos los incrementos del número de pernoctaciones durante los cinco primeros meses del año 2014 en el conjunto de datos provinciales (tabla 1.6), podemos observar que el mayor incremento se produce en Córdoba y en segundo lugar en Burgos, presentando valores negativos tanto León como Cuenca.



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

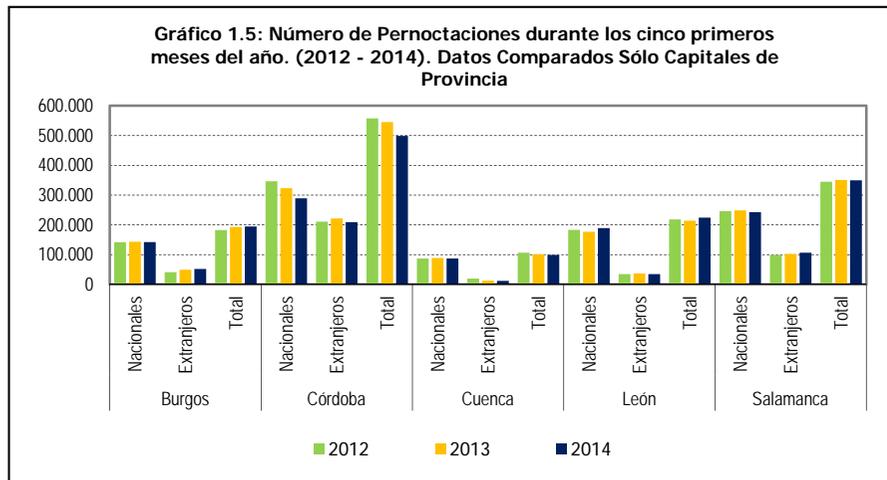


**Tabla 1.7: Número de Pernoctaciones durante los cinco primeros meses del año. (2012 - 2014). Datos Comparados Sólo Capitales de Provincia**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	141.680	143.592	142.116	1,35%	-1,03%
	Extranjeros	41.066	49.409	52.294	20,32%	5,84%
	<b>Total</b>	<b>182.746</b>	<b>193.001</b>	<b>194.410</b>	<b>5,61%</b>	<b>0,73%</b>
Córdoba	Nacionales	346.504	323.437	289.228	-6,66%	-10,58%
	Extranjeros	210.986	221.402	209.503	4,94%	-5,37%
	<b>Total</b>	<b>557.490</b>	<b>544.839</b>	<b>498.731</b>	<b>-2,27%</b>	<b>-8,46%</b>
Cuenca	Nacionales	86.931	89.033	87.155	2,42%	-2,11%
	Extranjeros	19.623	12.463	11.892	-36,49%	-4,58%
	<b>Total</b>	<b>106.554</b>	<b>101.496</b>	<b>99.047</b>	<b>-4,75%</b>	<b>-2,41%</b>
León	Nacionales	183.490	176.974	189.404	-3,55%	7,02%
	Extranjeros	34.918	36.977	34.771	5,90%	-5,97%
	<b>Total</b>	<b>218.408</b>	<b>213.951</b>	<b>224.175</b>	<b>-2,04%</b>	<b>4,78%</b>
Salamanca	Nacionales	246.067	248.543	242.930	1,01%	-2,26%
	Extranjeros	98.964	102.064	106.739	3,13%	4,58%
	<b>Total</b>	<b>345.031</b>	<b>350.607</b>	<b>349.669</b>	<b>1,62%</b>	<b>-0,27%</b>

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





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

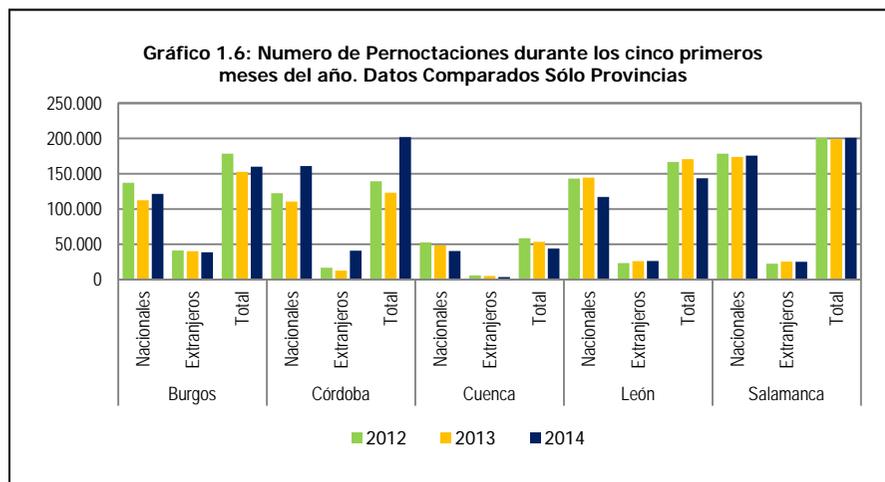


**Tabla 1.8: Número de Pernoctaciones durante los cinco primeros meses del año. (2012 - 2014). Datos Comparados Sólo Provincias**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	137.264	112.268	121.444	-18,21%	8,17%
	Extranjeros	41.222	40.380	38.627	-2,04%	-4,34%
	<b>Total</b>	<b>178.485</b>	<b>152.648</b>	<b>160.071</b>	<b>-14,48%</b>	<b>4,86%</b>
Córdoba	Nacionales	122.363	110.412	160.984	-9,77%	45,80%
	Extranjeros	16.860	12.684	41.018	-24,77%	223,38%
	<b>Total</b>	<b>139.224</b>	<b>123.095</b>	<b>202.001</b>	<b>-11,58%</b>	<b>64,10%</b>
Cuenca	Nacionales	52.604	48.474	40.499	-7,85%	-16,45%
	Extranjeros	5.955	5.128	3.549	-13,89%	-30,79%
	<b>Total</b>	<b>58.559</b>	<b>53.603</b>	<b>44.048</b>	<b>-8,46%</b>	<b>-17,83%</b>
León	Nacionales	143.205	144.475	117.120	0,89%	-18,93%
	Extranjeros	23.346	26.128	26.471	11,92%	1,31%
	<b>Total</b>	<b>166.550</b>	<b>170.604</b>	<b>143.589</b>	<b>2,43%</b>	<b>-15,83%</b>
Salamanca	Nacionales	178.349	173.855	175.653	-2,52%	1,03%
	Extranjeros	22.491	25.421	25.237	13,03%	-0,72%
	<b>Total</b>	<b>200.840</b>	<b>199.277</b>	<b>200.887</b>	<b>-0,78%</b>	<b>0,81%</b>

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

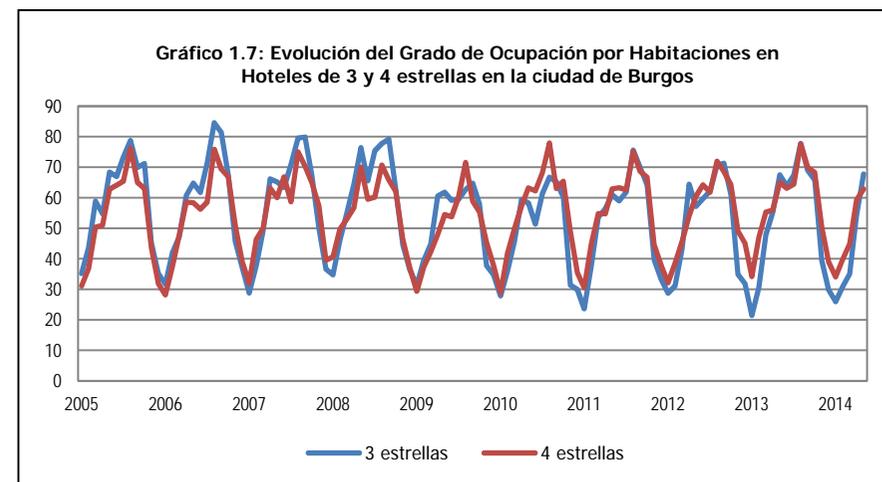




Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

Un análisis de las pernoctaciones nos permite ver cómo en el periodo 2012-2014 ha registrado aumento del 2,56% a nivel de toda la provincia y del 0,73% a nivel de la capital en los últimos cinco meses en términos globales. Este hecho ha venido favorecido por el aumento considerable en el número de pernoctaciones realizadas por los turistas nacionales. Únicamente en la capital es dónde ha habido un aumento 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 abril y mayo el Grado de Ocupación en hoteles de 4 estrellas presentaban valores del 59,2% y 68,82% respectivamente, superiores al 55,94% y 65,05% presentados en el año 2013.

En los tres primeros meses de 2014 el Grado de Ocupación fue ligeramente inferior al obtenido en 2013; en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas presenta en 2014 valores similares con un ligero incremento en el mes de mayo respecto a 2013 y con una leve disminución en el mes de abril.



### 1.1.2. En Alojamientos de Turismo Rural

A continuación se presentan los principales resultados relacionados con los viajeros y pernoctaciones registrados 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 puede observarse en las siguientes tablas. Durante los cinco primeros meses del año 2014 el número de viajeros ha experimentado un incremento del 7,92% con respecto al año 2013. Este buen dato viene determinado por la afluencia de turistas extranjeros. El aumento de los viajeros es muy superior al global de Castilla y León, pero inferior al global del país, que se sitúa en 11,51% (Tabla 1.9).

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

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	22.452	19.677	19.628	-12,36%	-0,25%
	Extranjeros	1.975	1.524	3.253	-22,84%	113,45%
	<b>Total</b>	<b>24.427</b>	<b>21.201</b>	<b>22.881</b>	<b>-13,21%</b>	<b>7,92%</b>
Castilla y León	Nacionales	195.541	173.191	180.602	-11,43%	4,28%
	Extranjeros	15.039	11.416	12.714	-24,09%	11,37%
	<b>Total</b>	<b>210.580</b>	<b>184.608</b>	<b>193.316</b>	<b>-12,33%</b>	<b>4,72%</b>
España	Nacionales	787.617	660.674	742.353	-16,12%	12,36%
	Extranjeros	114.241	118.767	126.807	3,96%	6,77%
	<b>Total</b>	<b>901.856</b>	<b>779.441</b>	<b>869.162</b>	<b>-13,57%</b>	<b>11,51%</b>

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

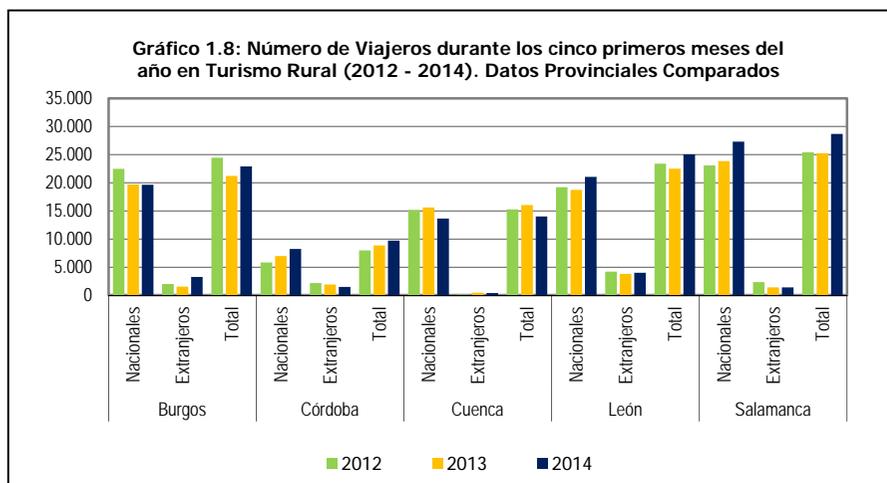
**Tabla 1.10: Número de Viajeros durante los cinco primeros meses del año en Turismo Rural (2012 – 2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	22.452	19.677	19.628	-12,36%	-0,25%
	Extranjeros	1.975	1.524	3.253	-22,84%	113,45%
	<b>Total</b>	<b>24.427</b>	<b>21.201</b>	<b>22.881</b>	<b>-13,21%</b>	<b>7,92%</b>
Córdoba	Nacionales	5.810	6.971	8.219	19,98%	17,90%
	Extranjeros	2.162	1.889	1.483	-12,63%	-21,49%
	<b>Total</b>	<b>7.972</b>	<b>8.860</b>	<b>9.702</b>	<b>11,14%</b>	<b>9,50%</b>
Cuenca	Nacionales	15.137	15.601	13.616	3,07%	-12,72%
	Extranjeros	109	433	372	297,25%	-14,09%
	<b>Total</b>	<b>15.246</b>	<b>16.034</b>	<b>13.988</b>	<b>5,17%</b>	<b>-12,76%</b>
León	Nacionales	19.194	18.713	21.026	-2,51%	12,36%
	Extranjeros	4.190	3.782	4.002	-9,74%	5,82%
	<b>Total</b>	<b>23.384</b>	<b>22.495</b>	<b>25.028</b>	<b>-3,80%</b>	<b>11,26%</b>
Salamanca	Nacionales	23.074	23.850	27.289	3,36%	14,42%
	Extranjeros	2.326	1.394	1.384	-40,07%	-0,72%
	<b>Total</b>	<b>25.400</b>	<b>25.244</b>	<b>28.673</b>	<b>-0,61%</b>	<b>13,58%</b>

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



En la evolución del número de viajeros, tabla 1.10, se puede observar que Burgos ha experimentado un aumento considerable (7,92%) en relación con el mismo periodo del año 2013, dónde se registró una disminución del 13,21%, este incremento viene determinado por un incremento más que considerable en el número de viajeros extranjeros. Si el dato lo comparamos con otras provincias, podemos observar cómo Salamanca presenta un incremento del 13,58% y León un 11,26%, Cuenca sigue presentando una disminución bastante considerable (-12,76%).



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 cinco primeros meses. Burgos se sitúa ligeramente por encima de los datos globales de Castilla y León, pero muy por debajo de los datos globales de la media nacional. Tanto en Burgos como en Castilla y León este aumento del número de pernoctación se debe principalmente a los turistas extranjeros, que en el caso de Burgos ha supuesto un incremento del 72,28%.

En la tabla 1.12 se recoge la evolución de las pernoctaciones durante los cinco primeros meses del año en el periodo 2012-2014 comparando las cinco provincias de referencia. Salamanca se sitúa por delante de todas provincias objeto de análisis con un incremento del 8,48%, seguido de Córdoba con un 7,06%. Cuenca es la provincia que registra una peor evolución de las pernoctaciones (-7,99%).

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
Burgos	Nacionales	48.866	42.015	42.130	-14,02%	0,27%
	Extranjeros	6.167	2.154	3.711	-65,07%	72,28%
	<b>Total</b>	<b>55.033</b>	<b>44.169</b>	<b>45.841</b>	<b>-19,74%</b>	<b>3,79%</b>
Castilla y León	Nacionales	422.253	370.758	380.267	-12,20%	2,56%
	Extranjeros	30.474	17.971	22.759	-41,03%	26,64%
	<b>Total</b>	<b>452.727</b>	<b>388.728</b>	<b>403.026</b>	<b>-14,14%</b>	<b>3,68%</b>
España	Nacionales	1.749.174	1.442.936	1.607.155	-17,51%	11,38%
	Extranjeros	482.435	478.109	502.168	-0,90%	5,03%
	<b>Total</b>	<b>2.231.609</b>	<b>1.921.045</b>	<b>2.109.323</b>	<b>-13,92%</b>	<b>9,80%</b>

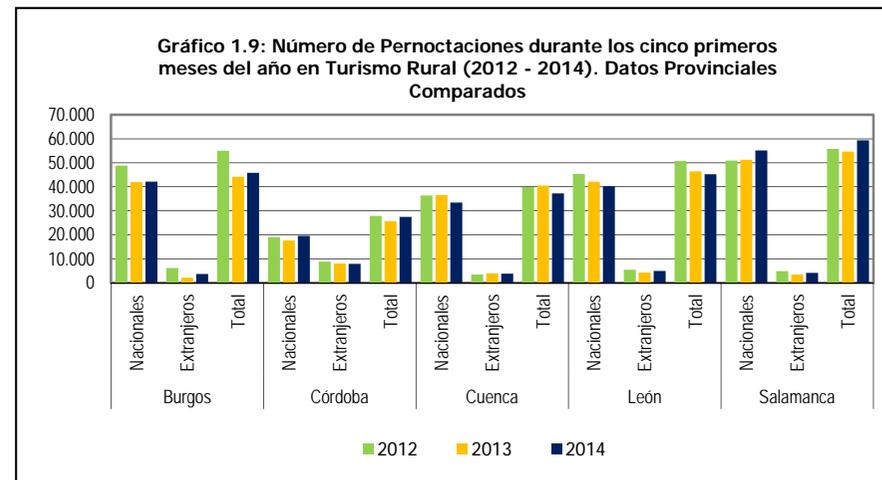
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



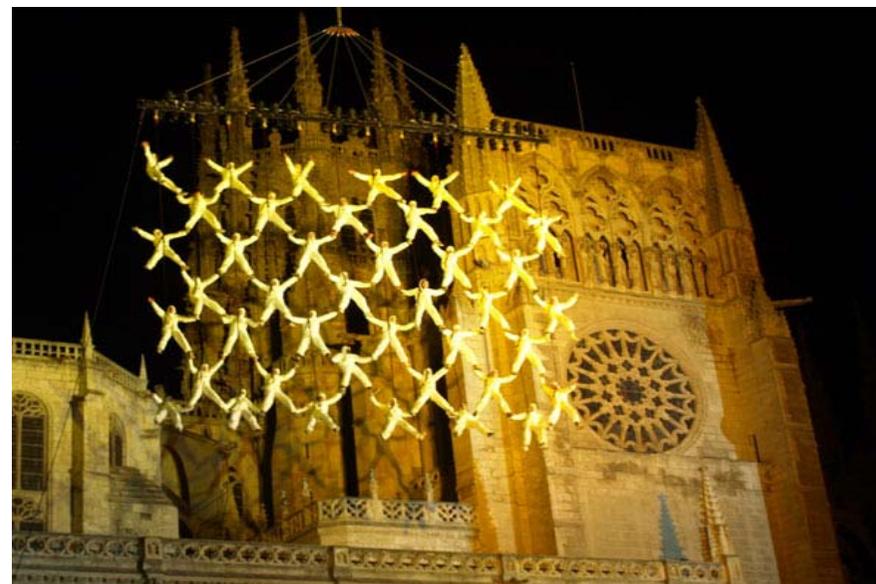
**Tabla 1.12: Número de Pernoctaciones durante los cinco primeros meses del año en Turismo Rural (2012 – 2014). Datos Provinciales Comparados**

		2012	2013	2014	Δ 2013	Δ 2014
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	48.866	42.015	42.130	-14,02%	0,27%
	<b>Extranjeros</b>	6.167	2.154	3.711	-65,07%	72,28%
	<b>Total</b>	<b>55.033</b>	<b>44.169</b>	<b>45.841</b>	<b>-19,74%</b>	<b>3,79%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	19.035	17.622	19.567	-7,42%	11,04%
	<b>Extranjeros</b>	8.821	8.053	7.921	-8,71%	-1,64%
	<b>Total</b>	<b>27.856</b>	<b>25.675</b>	<b>27.488</b>	<b>-7,83%</b>	<b>7,06%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	36.355	36.564	33.439	0,57%	-8,55%
	<b>Extranjeros</b>	3.487	3.958	3.844	13,51%	-2,88%
	<b>Total</b>	<b>39.842</b>	<b>40.522</b>	<b>37.283</b>	<b>1,71%</b>	<b>-7,99%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	45.357	42.123	40.266	-7,13%	-4,41%
	<b>Extranjeros</b>	5.392	4.283	4.936	-20,57%	15,25%
	<b>Total</b>	<b>50.749</b>	<b>46.406</b>	<b>45.202</b>	<b>-8,56%</b>	<b>-2,59%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	50.915	51.251	55.172	0,66%	7,65%
	<b>Extranjeros</b>	4.889	3.448	4.165	-29,47%	20,79%
	<b>Total</b>	<b>55.804</b>	<b>54.699</b>	<b>59.337</b>	<b>-1,98%</b>	<b>8,48%</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 al número de pernoctaciones en cada uno de los cinco 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 cinco 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
	<b>Total</b>	<b>231.229</b>	<b>165.742</b>	<b>65.487</b>	<b>361.231</b>	<b>278.944</b>	<b>82.288</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
	<b>Total</b>	<b>226.961</b>	<b>158.193</b>	<b>68.768</b>	<b>345.649</b>	<b>255.860</b>	<b>89.789</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
	<b>Total</b>	<b>238.246</b>	<b>169.508</b>	<b>68.738</b>	<b>354.481</b>	<b>263.560</b>	<b>90.921</b>

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

Tabla 1.14: Viajeros y Pernoctaciones durante los cinco 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
	<b>Total</b>	<b>416.392</b>	<b>265.073</b>	<b>151.316</b>	<b>696.714</b>	<b>468.867</b>	<b>227.846</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
	<b>Total</b>	<b>414.592</b>	<b>253.809</b>	<b>160.784</b>	<b>667.934</b>	<b>433.849</b>	<b>234.086</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
	<b>Total</b>	<b>437.835</b>	<b>264.805</b>	<b>173.030</b>	<b>700.732</b>	<b>450.212</b>	<b>250.521</b>

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



**Tabla 1.15: Viajeros y Pernoctaciones durante los cinco 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
	<b>Total</b>	<b>228.434</b>	<b>186.239</b>	<b>42.196</b>	<b>384.958</b>	<b>326.695</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
	<b>Total</b>	<b>231.837</b>	<b>182.670</b>	<b>49.167</b>	<b>384.555</b>	<b>321.449</b>	<b>63.105</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
	<b>Total</b>	<b>236.554</b>	<b>191.086</b>	<b>45.468</b>	<b>367.764</b>	<b>306.524</b>	<b>61.242</b>

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



**Tabla 1.16: Viajeros y Pernoctaciones durante los cinco 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
	<b>Total</b>	<b>307.553</b>	<b>234.880</b>	<b>72.673</b>	<b>545.871</b>	<b>424.416</b>	<b>121.455</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
	<b>Total</b>	<b>309.476</b>	<b>228.433</b>	<b>81.044</b>	<b>549.884</b>	<b>422.398</b>	<b>127.485</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
	<b>Total</b>	<b>301.236</b>	<b>220.788</b>	<b>80.449</b>	<b>550.556</b>	<b>418.583</b>	<b>131.976</b>

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



**Tabla 1. 17: Viajeros y Pernoctaciones durante los cinco 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
	<b>Total</b>	<b>105.665</b>	<b>88.442</b>	<b>17.225</b>	<b>165.113</b>	<b>139.535</b>	<b>25.578</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
	<b>Total</b>	<b>99.078</b>	<b>85.850</b>	<b>13.229</b>	<b>155.099</b>	<b>137.507</b>	<b>17.591</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
	<b>Total</b>	<b>89.003</b>	<b>79.069</b>	<b>9.934</b>	<b>143.095</b>	<b>127.654</b>	<b>15.441</b>

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



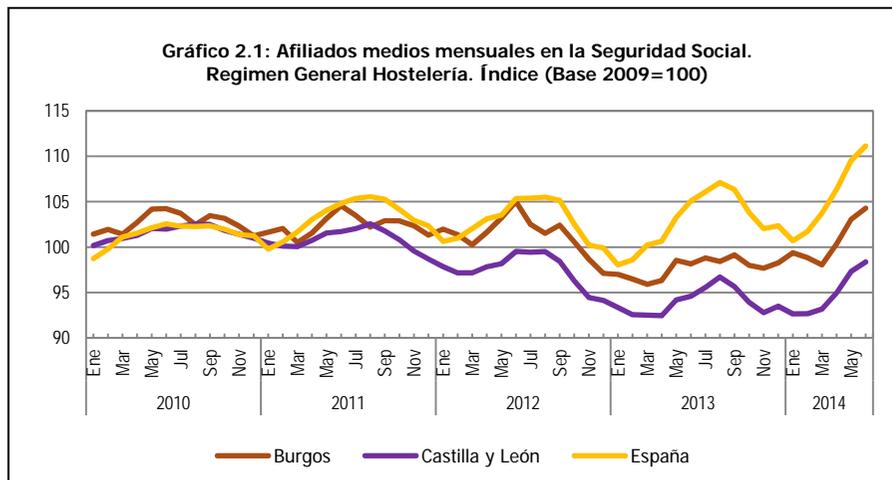
# 2 EMPLEO



## 2.-Empleo en Hostelería en Burgos

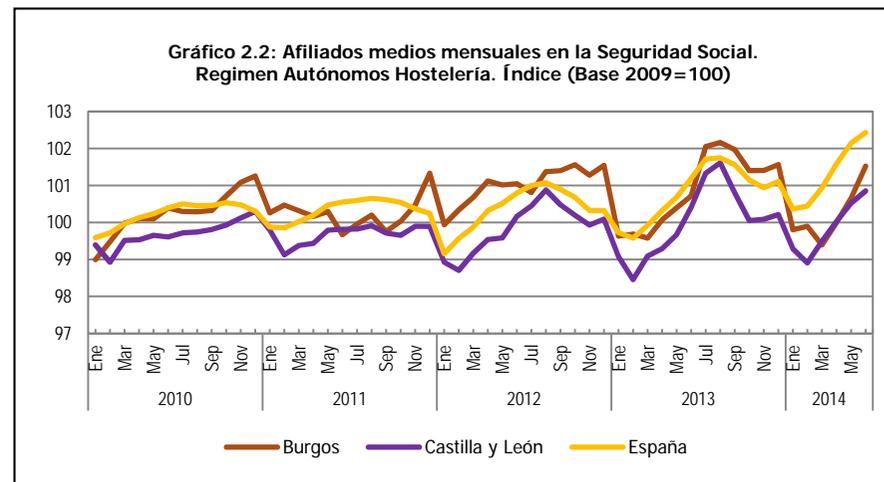
Para el análisis del empleo en el sector de Hostelería utilizamos el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos. La metodología utilizada consiste en el cálculo de números índices con base en los mismos meses de 2009, donde se estableció la nueva codificación CNAE, para facilitar la comparación con lo ocurrido en el Sector, en Castilla y León y en el territorio nacional. También consideramos, en esta ocasión, su tasa de variación respecto a los mismos meses del año anterior.

Las tasas de afiliación en el sector hostelería en el Régimen General han experimentado un ascenso continuado en los 6 primeros meses de 2014 para situarse en junio en los 7.033 afiliados (tabla 2.1), cifra similar a la existente en el mismo mes de los años 2010 y 2011 y muy superior a los 6.619 afiliados del mes de junio de 2013.



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

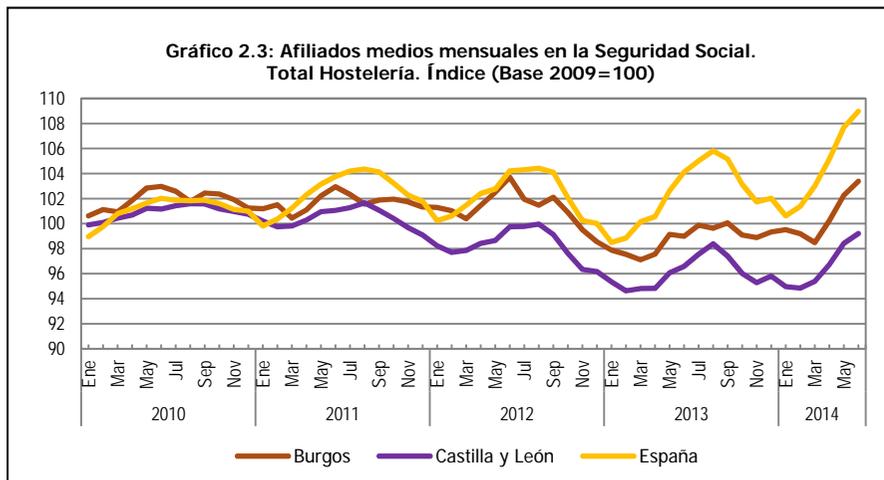
Si tenemos en cuenta el R.E.T. Autónomos podemos observar que en Burgos (el número medio de empleados en junio 2014 fue de 3.343) los resultados no han presentado tanta variación como en el número de afiliados en el Régimen General ya que en los años considerados el número medio de afiliados se ha situado para el mes de junio en los 3.325 (tabla 2.1).



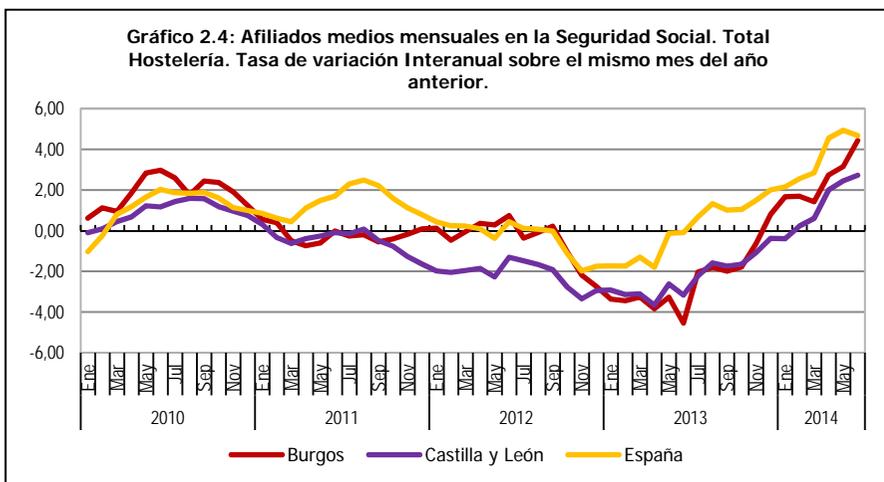
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

Comparativamente los índices de afiliación media (2009=100) y las tasas de variación (sobre el mismo mes del año anterior) observados en Burgos son mejores que en Castilla y León e inferiores a los del conjunto nacional (gráfico 2.3 y gráfico 2.4).



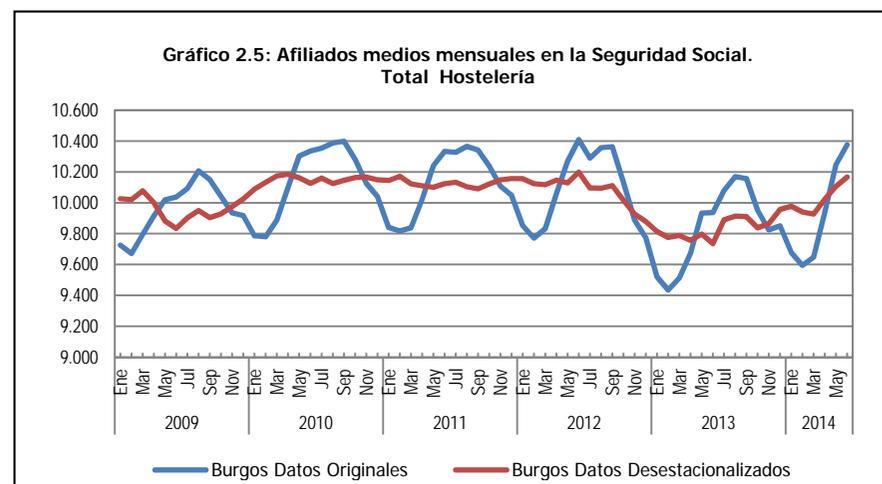


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



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

En el boletín anterior comentábamos que la Hostelería es un sector fuertemente influenciado por la estacionalidad, por lo que también presentamos los datos de afiliación eliminando la componente estacional en las series analizadas. En el año 2013 se observaba una leve recuperación en el segundo semestre pero sin llegar a los valores obtenidos en los años anteriores. Para los seis primeros meses de 2014 podemos decir, también que esta recuperación se va consolidando y esperamos que en el segundo semestre los datos de empleo desestacionalizados se estabilicen, en torno a los observados en el periodo enero 2010 a junio de 2012 (grafico 2.5)



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

En las tablas 2.3 y 2.4 presentamos una información más desagregada por meses, por código de actividad y por Régimen de cotización correspondiente a los últimos 17 meses, del número de afiliados a la Seguridad Social, así como las tasas de variación de los meses de enero a mayo de 2014 sobre los mismos meses de 2013, siendo en su mayoría positivas.

**Tabla 2.1: Número medio mensual de Afiliados a la Seguridad Social en Hostelería. Datos comparados**  
Enero – Junio (2013 – 2014)

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total Hostelería		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
<b>Enero 2013</b>	6.275,27	40.048,22	864.786,95	3.244,40	23.000,95	317.430,68	9.519,67	63.049,17	1.182.217,63
<b>Enero 2014</b>	6.428,09	39.744,66	888.242,04	3.250,09	23.051,95	319.462,80	9.678,18	62.796,61	1.207.704,84
<b>Variación</b>	<b>2,44%</b>	<b>-0,76%</b>	<b>2,71%</b>	<b>0,18%</b>	<b>0,22%</b>	<b>0,64%</b>	<b>1,67%</b>	<b>-0,40%</b>	<b>2,16%</b>
<b>Febrero 2013</b>	6.208,45	39.510,60	871.460,15	3.225,85	22.880,60	316.102,00	9.434,30	62.391,20	1.187.562,15
<b>Febrero 2014</b>	6.360,90	39.553,15	899.053,30	3.232,60	22.985,20	318.854,80	9.593,50	62.538,35	1.217.908,10
<b>Variación</b>	<b>2,46%</b>	<b>0,11%</b>	<b>3,17%</b>	<b>0,21%</b>	<b>0,46%</b>	<b>0,87%</b>	<b>1,69%</b>	<b>0,24%</b>	<b>2,56%</b>
<b>Marzo 2013</b>	6.283,21	39.747,94	902.084,15	3.229,05	22.956,15	318.257,94	9.512,26	62.704,09	1.220.342,09
<b>Marzo 2014</b>	6.424,19	40.035,66	933.537,42	3.222,95	23.049,14	321.476,33	9.647,14	63.084,80	1.255.013,75
<b>Variación</b>	<b>2,24%</b>	<b>0,72%</b>	<b>3,49%</b>	<b>-0,19%</b>	<b>0,41%</b>	<b>1,01%</b>	<b>1,42%</b>	<b>0,61%</b>	<b>2,84%</b>
<b>Abril 2013</b>	6.409,13	40.425,68	944.644,27	3.264,13	23.084,63	322.374,13	9.673,26	63.510,31	1.267.018,40
<b>Abril 2014</b>	6.676,60	41.527,60	998.311,10	3.261,50	23.256,10	326.427,45	9.938,10	64.783,70	1.324.738,55
<b>Variación</b>	<b>4,17%</b>	<b>2,73%</b>	<b>5,68%</b>	<b>-0,08%</b>	<b>0,74%</b>	<b>1,26%</b>	<b>2,74%</b>	<b>2,01%</b>	<b>4,56%</b>
<b>Mayo 2013</b>	6.640,59	41.765,36	1.006.345,22	3.292,63	23.230,09	325.773,72	9.933,22	64.995,45	1.332.118,94
<b>Mayo 2014</b>	6.945,19	43.157,61	1.067.305,14	3.301,14	23.428,76	330.496,71	10.246,33	66.586,37	1.397.801,85
<b>Variación</b>	<b>4,59%</b>	<b>3,33%</b>	<b>6,06%</b>	<b>0,26%</b>	<b>0,86%</b>	<b>1,45%</b>	<b>3,15%</b>	<b>2,45%</b>	<b>4,93%</b>
<b>Junio 2013</b>	6.619,50	42.424,85	1.035.751,00	3.316,75	23.503,85	329.441,60	9.936,25	65.928,70	1.365.192,60
<b>Junio 2014</b>	7.033,38	44.115,19	1.095.537,09	3.343,28	23.608,47	333.480,42	10.376,66	67.723,66	1.429.017,51
<b>Variación</b>	<b>6,25%</b>	<b>3,98%</b>	<b>5,77%</b>	<b>0,80%</b>	<b>0,45%</b>	<b>1,23%</b>	<b>4,43%</b>	<b>2,72%</b>	<b>4,68%</b>

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**  
Enero – Junio (2013 – 2014)

	Régimen General			Régimen de Autónomos			Total		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
<b>Enero 2013</b>	102.651,45	602.731,31	11.901.638,45	28.433,09	200.553,04	3.008.624,77	131.084,54	803.284,35	14.910.308,22
<b>Enero 2014</b>	100.569,80	592.401,09	11.857.394,90	28.503,28	199.958,09	3.038.780,76	129.073,08	792.359,18	14.896.175,66
<b>Variación</b>	<b>-2,30%</b>	<b>-1,71%</b>	<b>-0,37%</b>	<b>0,25%</b>	<b>-0,30%</b>	<b>1,00%</b>	<b>-1,53%</b>	<b>-1,36%</b>	<b>-0,09%</b>
<b>Febrero 2013</b>	102.255,00	600.008,70	11.894.090,30	28.347,70	199.767,30	2.997.805,30	130.602,70	799.776,00	14.891.895,60
<b>Febrero 2014</b>	100.856,65	592.560,45	11.900.484,60	28.457,30	199.754,35	3.042.239,75	129.313,95	792.314,80	14.942.724,35
<b>Variación</b>	<b>-1,37%</b>	<b>-1,24%</b>	<b>0,05%</b>	<b>0,39%</b>	<b>-0,01%</b>	<b>1,48%</b>	<b>-0,99%</b>	<b>-0,93%</b>	<b>0,34%</b>
<b>Marzo 2013</b>	102.362,05	599.832,26	11.920.749,26	28.404,84	200.192,63	3.005.396,99	130.766,89	800.024,89	14.926.146,25
<b>Marzo 2014</b>	101.454,80	595.534,23	11.982.011,66	28.504,85	200.356,26	3.058.964,57	129.959,65	795.890,49	15.040.976,23
<b>Variación</b>	<b>-0,89%</b>	<b>-0,72%</b>	<b>0,51%</b>	<b>0,35%</b>	<b>0,08%</b>	<b>1,78%</b>	<b>-0,62%</b>	<b>-0,52%</b>	<b>0,77%</b>
<b>Abril 2013</b>	102.607,00	602.976,63	11.958.651,00	28.420,77	200.312,54	3.017.310,77	131.027,77	803.289,17	14.975.961,77
<b>Abril 2014</b>	101.983,10	599.600,70	12.097.441,30	28.627,20	201.349,35	3.080.910,15	130.610,30	800.950,05	15.178.351,45
<b>Variación</b>	<b>-0,61%</b>	<b>-0,56%</b>	<b>1,16%</b>	<b>0,73%</b>	<b>0,52%</b>	<b>2,11%</b>	<b>-0,32%</b>	<b>-0,29%</b>	<b>1,35%</b>
<b>Mayo 2013</b>	102.892,68	606.800,45	12.064.001,59	28.470,18	200.886,95	3.029.842,59	131.362,86	807.687,40	15.093.844,18
<b>Mayo 2014</b>	103.164,85	606.240,28	12.252.381,14	28.757,23	202.403,28	3.100.231,95	131.922,08	808.643,56	15.352.613,09
<b>Variación</b>	<b>0,26%</b>	<b>-0,09%</b>	<b>1,56%</b>	<b>1,01%</b>	<b>0,75%</b>	<b>2,32%</b>	<b>0,43%</b>	<b>0,12%</b>	<b>1,71%</b>
<b>Junio 2013</b>	103.062,60	608.805,45	12.113.303,20	28.551,40	201.583,20	3.042.275,75	131.614,00	810.388,65	15.155.578,95
<b>Junio 2014</b>	103.493,71	611.036,52	12.323.800,90	28.864,76	203.111,04	3.115.747,47	132.358,47	814.147,56	15.439.548,37
<b>Variación</b>	<b>0,42%</b>	<b>0,37%</b>	<b>1,74%</b>	<b>1,10%</b>	<b>0,76%</b>	<b>2,42%</b>	<b>0,57%</b>	<b>0,46%</b>	<b>1,87%</b>

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



**Tabla 2.3: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2013**

(Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )

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

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

**Tabla 2.4: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos. Enero a Mayo 2014**

(Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )

Tasa de Variación sobre el mismo mes del año 2013

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
<b>General</b>	55 Servicios de Alojamiento	1.161	1.168	1.225	1.317	1.403	1,31	1,48	-0,89	4,94	5,01
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.200	5.166	5.248	5.399	5.553	3,38	2,93	2,12	4,77	5,27
<b>R.E.T. Autónomos</b>	55 Servicios de Alojamiento	300	295	300	313	317	-0,33	-1,34	-2,91	0,97	0,00
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.941	2.932	2.925	2.971	2.999	0,72	0,45	-0,41	0,37	0,47
<b>TOTAL</b>	55 Servicios de Alojamiento	1.461	1.463	1.525	1.630	1.720	0,97	0,90	-1,29	4,15	4,05
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	8.141	8.098	8.173	8.370	8.552	2,40	2,02	1,20	3,17	3,54
<b>Total Hostelería</b>		<b>9.602</b>	<b>9.561</b>	<b>9.698</b>	<b>10.000</b>	<b>10.272</b>	<b>2,18</b>	<b>1,84</b>	<b>0,80</b>	<b>3,33</b>	<b>3,62</b>

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

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenida la información, se ha procesado de la siguiente manera:

1. Se calcula el % de cada respuesta total, por comarca y por tipo de establecimiento.
2. Se calcula el saldo como la diferencia entre “ha aumentado/ aumentarán” menos “ha disminuido/disminuirán” para cada una de las variables seleccionadas Ingresos/Facturación, Empleo e Inversión.
3. Se calcula 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 enero-mayo de 2014 han aumentado en relación con las obtenidas en el periodo enero-mayo de 2013 y los que consideran que sus ingresos en el periodo enero-mayo de 2014 han disminuido en relación con las obtenidas en el periodo enero-mayo de 2013.
4. Se calcula el **Indicador de Expectativas**: recoge la diferencia o saldo entre el porcentaje de respuestas que consideran que sus ingresos en el periodo junio-septiembre de 2014 aumentarán en relación con los obtenidos en el periodo junio-septiembre de 2013 y los que consideran que sus ingresos en el periodo junio-septiembre de 2014 disminuirán en relación con las obtenidas en el periodo junio-septiembre de 2013.
5. Se calcula 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 las siguientes variables:

- ✓ Situación económica.
- ✓ Política económica.

<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).

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

Una información más detallada sobre el cálculo de estos indicadores puede consultarse en el anexo específico correspondiente al Índice de Confianza Empresarial del Sector Turístico de Burgos, elaborado por el Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos

### Resultados

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos en la Confianza Empresarial de manera agregada para Burgos y los obtenidos sólo en la ciudad y sólo en la provincia, así como los obtenidos para los Indicadores de Situación y los Indicadores de Expectativas.

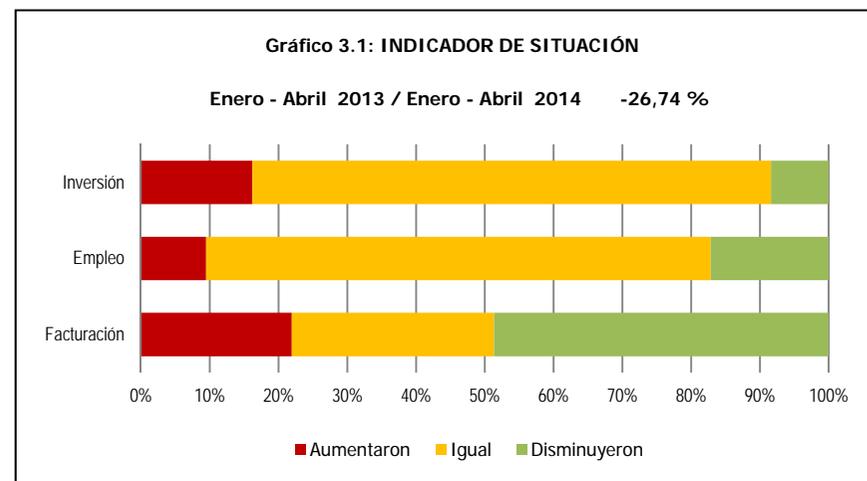
Para finalizar el análisis de los resultados diferenciamos los obtenidos en los establecimientos de alojamiento y los obtenidos en los establecimientos de restauración.

La **Confianza Empresarial del sector Turístico** presenta signos negativos (-12,61%), sobre todo desde el punto de vista del indicador de situación (-26,74%) mientras que las expectativas son ligeramente positivas (2,66%) siendo estas mejores en la ciudad de Burgos (10,0%) que en la provincia (-0,78%).



## CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS

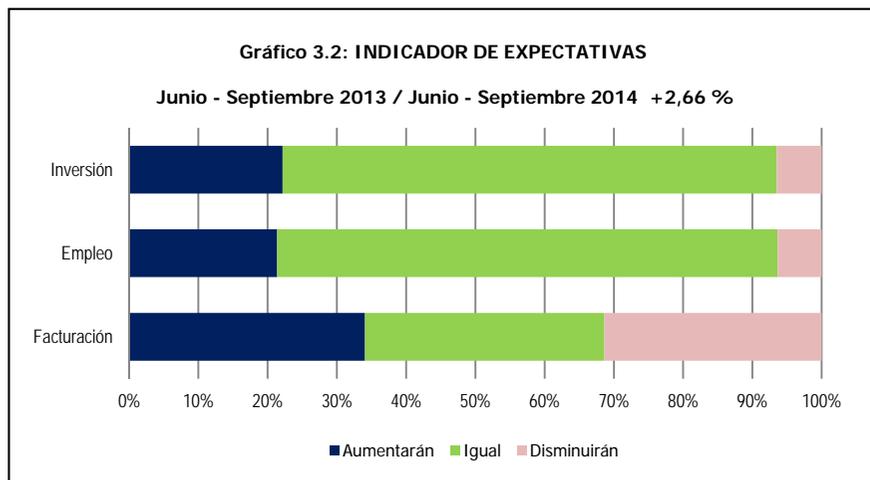
### ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -12,61%



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentaron	Igual	Disminuyeron
<b>Facturación</b>	41	55	91
<b>Empleo</b>	16	124	29
<b>Inversión</b>	29	135	15

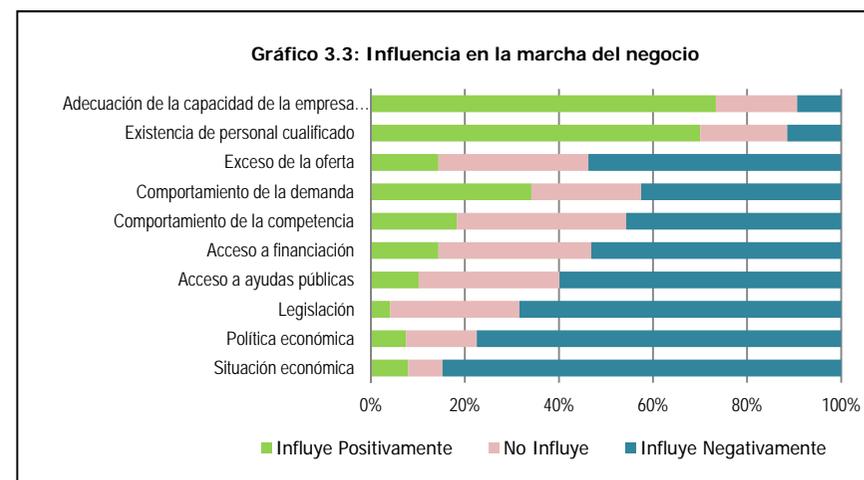
%	Aumentaron	Igual	Disminuyeron	Indicador Situación
<b>Facturación</b>	21,93	29,41	48,66	-26,74
<b>Empleo</b>	9,47	73,37	17,16	-7,69
<b>Inversión</b>	16,20	75,42	8,38	7,82



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

Nº	Aumentarán	Igual	Disminuirán
Facturación	64	65	59
Empleo	37	125	11
Inversión	41	132	12

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

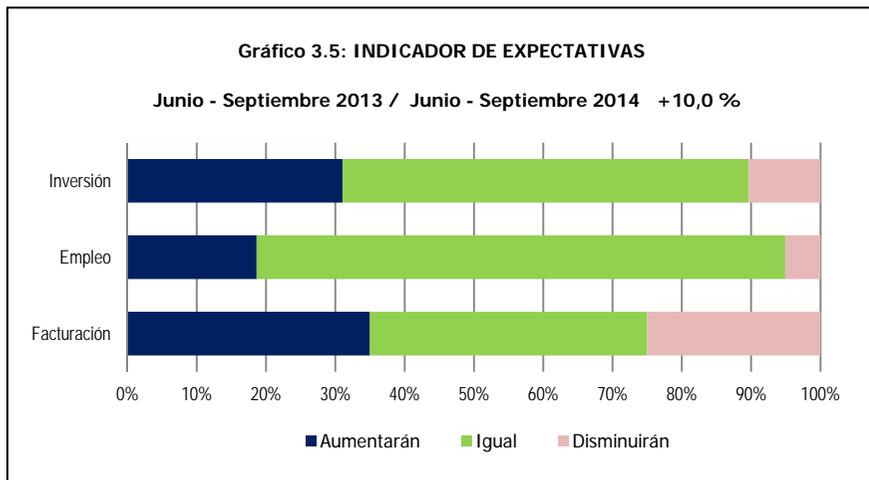
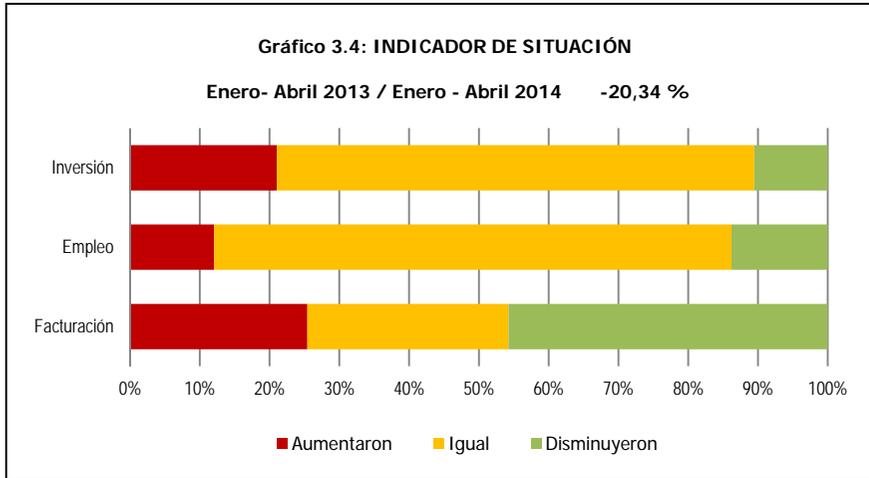


Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

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

**CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS CIUDAD**

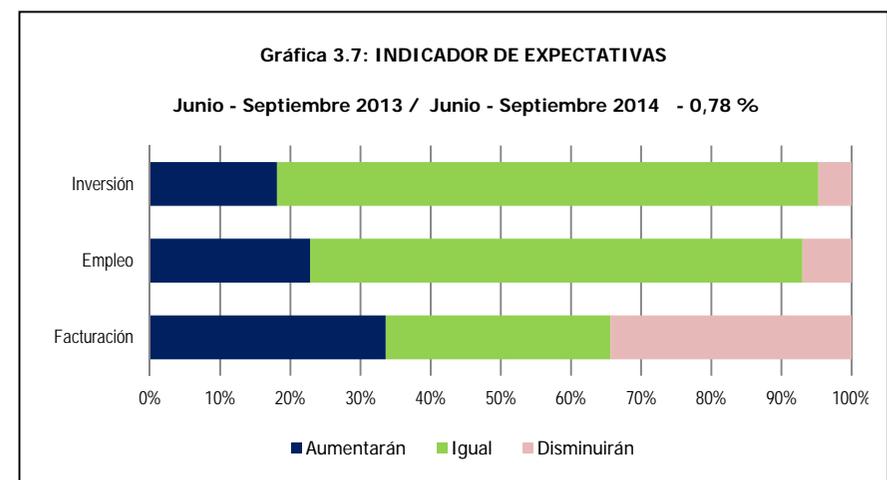
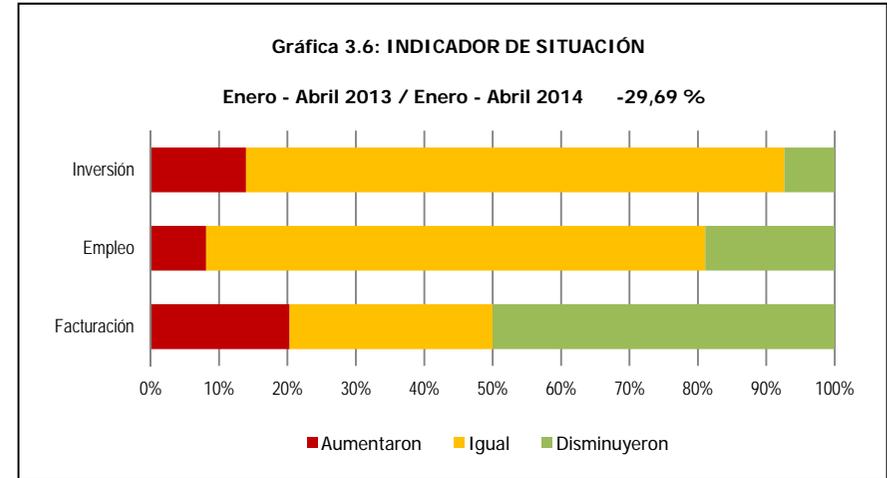
**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -5,76%**



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

**CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE BURGOS PROVINCIA**

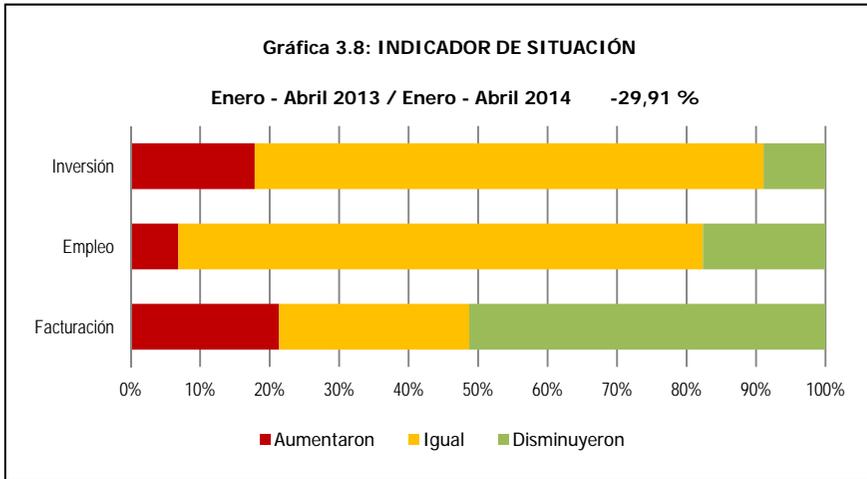
**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -15,80%**



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

**CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR ALOJAMIENTOS DE BURGOS**

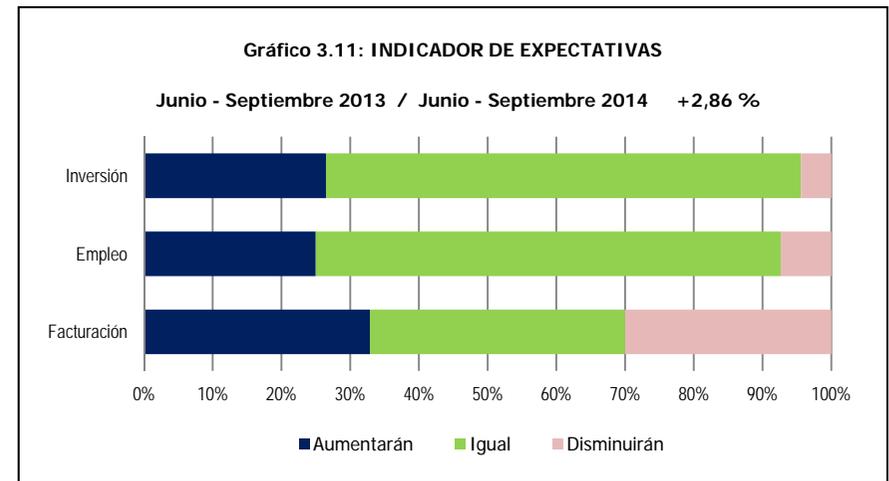
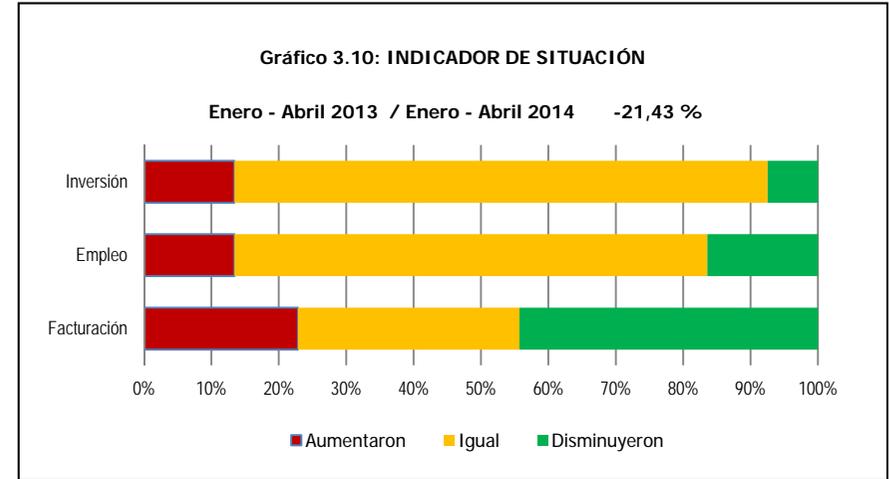
**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -14,39%**



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

**CONFIANZA EMPRESARIAL DEL SECTOR RESTAURACIÓN DE BURGOS**

**ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL -9,67%**



Fuente: Encuesta de Confianza Empresarial. OTB.

## PRINCIPALES SUGERENCIAS

Presentamos a continuación las principales sugerencias para la mejora del sector aportadas por los responsables de los establecimientos hosteleros consultados.

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



# 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 **tercer período comprendido desde febrero a mayo 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			49	9,10
Bureba-Ebro			107	19,80
Amaya-Camino			58	10,70
Sierra de la Demanda			93	17,20
Merindades			101	18,70
Pinares			70	13,00
Ribera del Duero			62	7,00
Burgos	344	100		
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>38,90</b>	<b>540</b>	<b>61,10</b>
<b>TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS</b>			<b>884</b>	<b>100%</b>

### 4.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha de Realización	Febrero a Mayo 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: $\pm 3,296\%$ sobre datos generales; $\pm 5,284\%$ para datos de la ciudad y $\pm 4,271\%$ 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 de la ciudad como de la provincia. Puede observarse que no existen grandes diferencias entre el perfil del visitante de la ciudad y el de la provincia, tal y como ocurría en los anteriores periodos de encuestación. Los aspectos más importantes a destacar son: el perfil del visitante de la ciudad y provincia de Burgos, en este tercer periodo es de un matrimonio/pareja, tanto en la ciudad como de la provincia (78,6% y 84,4% respectivamente), con un rango de edad de entre 25 y 39 años, con procedencia de España, principalmente en la provincia (91,4%); se observan diferencias sobre la provincia de procedencia entre la ciudad (1. Madrid (24,4%), 2. Vizcaya (7,6%) y 3. Valladolid (4,4%)) y la provincia (1. Madrid (25,0%), 2. Burgos (12,1%) y 3. Vizcaya (9,8%)). Del 12,5% de visitantes de la ciudad que no son de España existe amplia variedad de procedencias, destacando Francia (1,7%) y Portugal (0,9%). No se aprecian diferencias según el sexo de los visitantes: tanto en la ciudad (Hombre: 44,30%, Mujer: 55,70%) como en la provincia (Hombre: 51,30%, Mujer: 48,70%), 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, de manera general tienen hijos un 30,4% de los visitantes.

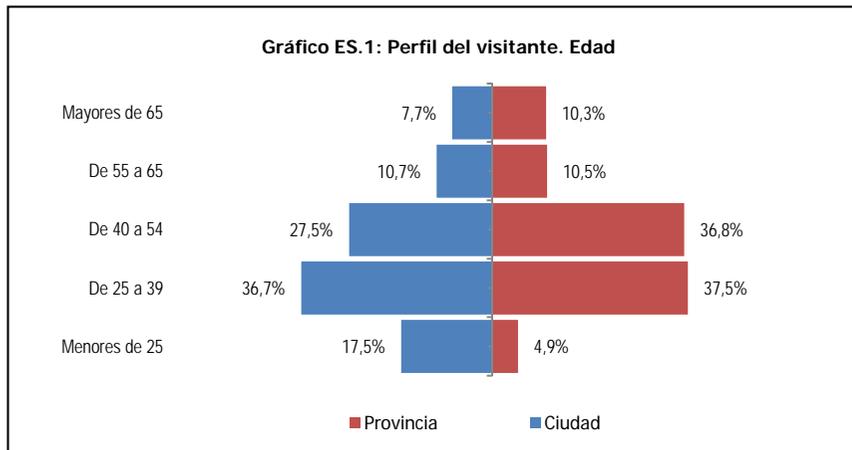
Respecto al **nivel de estudios** de los visitantes, tanto en la ciudad como en la provincia, indican mayoritariamente un nivel de estudios universitarios (72,0% y 70,7% respectivamente en ciudad y provincia) con porcentajes similares a los registrados en este aspecto en los visitantes del periodo anterior.

Sobre la **ocupación/profesión**, tanto los visitantes de la ciudad como los de la provincia, manifiestan dedicarse principalmente a tareas del hogar (43,3% y 61,0% respectivamente), seguido por jubilado en ciudad (21,6%) y trabajador por cuenta propia en provincia (10,7%).

Tabla ES. 1: Perfil del Visitante				
	Ciudad		Provincia	
<b>Sexo</b>	Hombre (44,30%) / Mujer (55,70%)		Hombre (51,30%) / Mujer (48,70%)	
<b>Edad</b>	Entre 25 y 39 años (36,70%)		Entre 25 y 39 años (37,5%)	
<b>Procedencia</b>	España (87,5%)		España (91,4%)	
	<b>Comunidad</b>	<b>Provincia</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Provincia</b>
	1. Madrid (24,4%)	1. Madrid (24,4%)	1. Madrid (25,0%)	1. Madrid (25,0%)
	2. Castilla y León (14,8%)	2. Vizcaya (7,6%)	2. Castilla y León (22,8%)	2. Burgos (12,1%)
	3. País vasco (13,5%)	3. Valladolid (4,4%)	3. País vasco (15,6%)	3. Vizcaya (9,8%)
<b>Nivel de Estudios</b>	Universitarios (72,0%)		Universitarios (70,7%)	
<b>Estado Civil</b>	Casado / En pareja (78,6%)		Casado / En pareja (84,4%)	
<b>Hijos</b>	Sin hijos (69,2%)		Sin hijos (69,8%)	
<b>Ocupación</b>	1. Tareas del hogar (43,3%) 2. Jubilado (21,6%)		1. Tareas del hogar (61,0%) 2. Trabajador por cuenta propia (10,7%)	
<b>Modo de Viaje</b>	1. Con amigos (45,1%) 2. Viaje organizado (17,4%)		1. Con amigos (46,3%) 2. Viaje organizado (20,0%)	
<b>Ingresos Familiares (neto mensual)</b>	1. De 1.000 a 1.999€ (35,5%) 2. De 2.000 a 2.999€ (38,7%)		1. De 1.000 a 1.999€ (45,1%) 2. 3.000€ ó más (36,3%)	

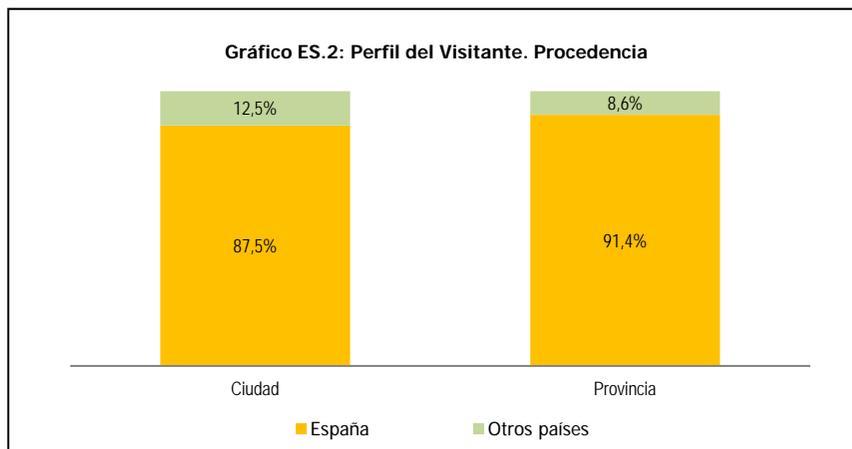
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Por otro lado, como ya se ha comentado, el intervalo de edad predominante es el de 25 a 39 años tanto en la ciudad como en la provincia. Por otro lado, donde más diferencias cuantitativas se aprecian es en los intervalos de edad de 40 a 54 años, el segundo más destacado, con un 36,8% en la provincia y un 27,5% en la ciudad. Finalmente, el intervalo menos numeroso, "mayores de 65 años" que en la ciudad suponen un 7,7% y en la provincia "menores de 25 años" que representan un 4,9%.



$N_{ciudad} = 338$  (98,30% del total);  $N_{provincia} = 514$  (95,20% del total)

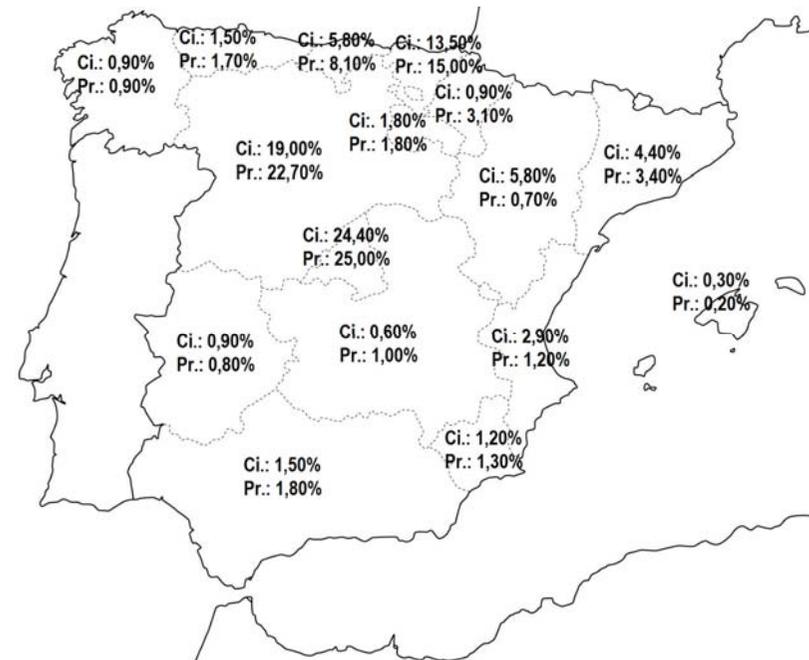
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 344$  (100,00% del total);  $N_{provincia} = 533$  (98,70% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



$N_{ciudad} = 293$  (85,20% del total);  $N_{provincia} = 474$  (87,80% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La tabla ES.2, referida al **modo de viajar del visitante**, nos muestra que los visitantes que llegan a la ciudad o a la provincia, han organizado su viaje con amigos principalmente, siendo un 45,10% en la ciudad y un 46,30% en la provincia, seguido de viaje organizado (17,40% y 20,00%, respectivamente).



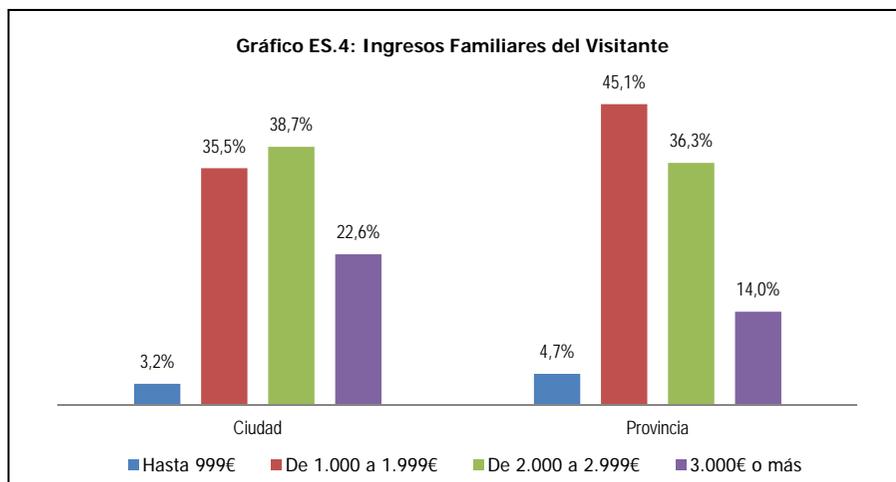
**Tabla ES.2: Modo de Viajar del visitante**

	Sólo	Con amigos	Viaje organizado	En pareja	IMSERSO	Otros
<b>Ciudad</b>	5,60%	45,10%	17,40%	1,50%	3,60%	26,70%
<b>Provincia</b>	3,30%	46,30%	20,00%	3,30%	0,30%	26,30%

N<sub>ciudad</sub> = 195 (56,70% del total); N<sub>provincia</sub> = 300 (55,50% 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. El intervalo predominante, en la ciudad, es de 2.000 a 2.999 euros (38,7%), seguido del intervalo de 1.000 a 1.999 euros (35,5%). En cambio en la provincia, predomina el intervalo de 1.000 a 1.999 euros (45,1%) seguido del intervalo de 2.000 a 2.999 euros (36,3%) (gráfico ES.4).



N<sub>ciudad</sub> = 93 (27,00% del total); N<sub>provincia</sub> = 193 (35,70% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

### 4.3 Preparación de la Visita

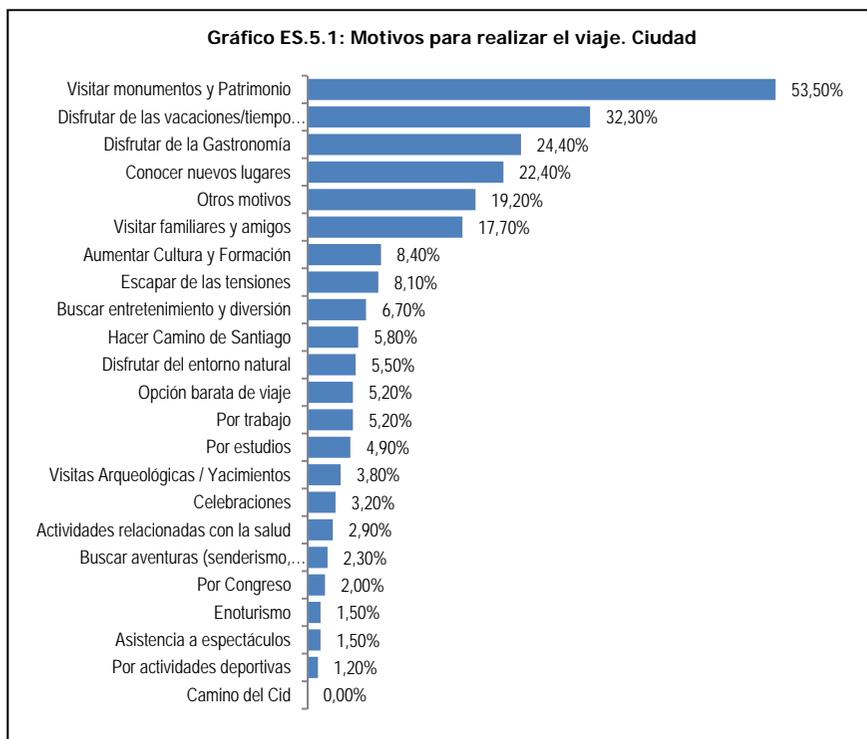
En la tabla ES.3 se incluye una visión general de los aspectos relacionados con la preparación de la visita: motivos, conocimiento previo, transporte, herramientas para contratar, etc...

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

	Ciudad	Provincia
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(se muestran % &gt;25%)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Monumentos y Patrimonio (53,5%)</li> <li>2. Vacaciones / Tiempo Libre (32,3%)</li> <li>3. Gastronomía (24,4%)</li> <li>4. Conocer lugares nuevos (22,4%)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Monumentos y Patrimonio (44,1%)</li> <li>2. Vacaciones / Tiempo Libre (34,4%)</li> <li>3. Entorno Natural (22,6%)</li> <li>4. Conocer otros lugares (19,3%)</li> </ol>
<b>¿Ha estado antes en Burgos ciudad?</b>	SI (66,9%)	SI (84,9%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	SI (57,4%)	SI (74,3%)
<b>Conocimientos del destino</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amigos / Familia (32,8%)</li> <li>2. Internet (23,0%)</li> <li>3. Soy de la zona (15,7%)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amigos / Familia (28,5%)</li> <li>2. Internet (24,1%)</li> <li>3. Soy de la zona (21,9%)</li> </ol>
<b>Uso de Internet</b>	Mayoritariamente sólo para información (37,5%)	Mayoritariamente sólo para información (35,7%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (75,6%)	Turismo (81,3%)
<b>Organización de la visita</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internet (38,4%)</li> <li>2. Sin contratación previa (16,6%)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sin contratación previa (31,9%)</li> <li>2. Internet (20,4%)</li> </ol>

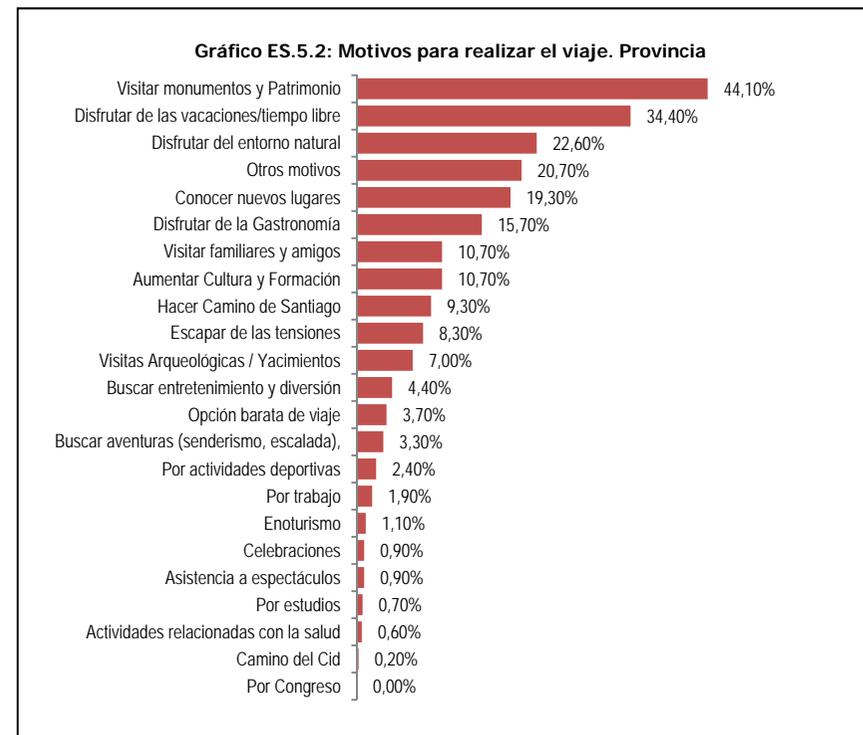
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Dentro de los **motivos para realizar la visita** nos encontramos con gran variedad de razones por las cuales ha 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 (53,50%), Disfrutar de las vacaciones y tiempo libre (32,30%), Disfrutar de la gastronomía (24,40%) y Conocer nuevos lugares (22,40%). Por otro lado, en la provincia, los principales motivos para visitar la misma son: Visitar monumentos y patrimonio (44,10%), Disfrutar de las vacaciones y tiempo libre (34,40%), Disfrutar del entorno natural (22,60%), y Otros motivos (20,70%), (gráficos ES.5.1 y ES.5.2).



N<sub>ciudad</sub> = 335 (97,40% del total)

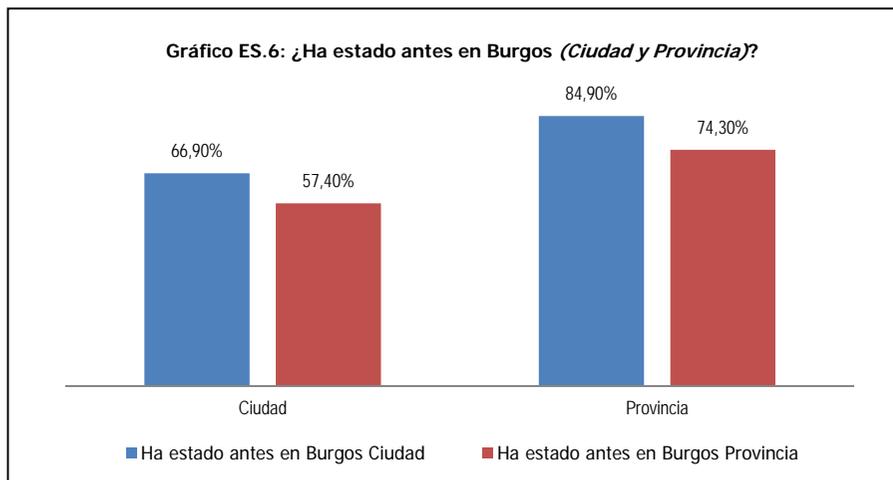
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N<sub>provincia</sub> = 524 (97,00% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Un aspecto importante a tener en cuenta, sería el **número de veces que el visitante ha estado anteriormente en la ciudad y la provincia**, conocer este dato nos proporcionaría el grado de satisfacción y su fidelización. En primer lugar, señalar que un 66,90% de los visitantes de la ciudad ya habían estado anteriormente en ella, de este porcentaje, un 23,70% habían estado una vez y un 46,50% cuatro o más veces. De los que en esta ocasión visitaron la ciudad, un 57,40% habían visitado previamente en la provincia, y de estos últimos, un 33,30% habían estado una vez y un 31,40% lo hicieron en cuatro o más ocasiones (gráfico ES.6).



Ha estado antes en Burgos Ciudad:  $N_{ciudad} = 341$  (99,40% del total);  $N_{provincia} = 522$  (96,70% del total)  
 Ha estado antes en Burgos Provincia:  $N_{ciudad} = 329$  (95,60% del total);  $N_{provincia} = 518$  (95,90% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En segundo lugar, y centrándonos en la muestra que ahora visitaba la provincia, un 74,30% ya había estado previamente antes en la misma, en concreto un 40,20% lo hacían en cuatro o más ocasiones y un 29,90% habían estado una vez. De esta muestra, un 84,90% habían estado anteriormente en la ciudad, de los cuales, un 60,40% lo habían hecho en cuatro ocasiones o más y un 15,10% habían estado una vez.



**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
<b>1 vez</b>	23,70%	33,30%	15,10%	29,90%
<b>2 veces</b>	21,60%	24,50%	11,30%	22,10%
<b>3 veces</b>	8,20%	10,80%	13,20%	7,80%
<b>4 ó más veces</b>	46,50%	31,40%	60,40%	40,20%

Nº de veces que ha estado en Ciudad:  $N_{ciudad} = 97$  (28,20% del total);  $N_{provincia} = 102$  (18,90% del total)  
 Nº de veces que ha estado en Provincia:  $N_{ciudad} = 53$  (15,40% del total);  $N_{provincia} = 77$  (14,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En el análisis sobre los medios por los que **se ha obtenido información sobre el destino**, puede observarse que la principal fuente de información para localizar información sobre la ciudad es a través de amigos/familia, es decir fuentes personales (32,80%). La segunda fuente de información es Internet, con un 23,00%. Las siguientes fuentes de información, son otras fuentes, ser de la zona, otros medios de comunicación masivos y finalmente Oficinas de Turismo y guías o folletos publicitarios respectivamente (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 28,50%, seguido de Internet, con un 24,10%; ser de la zona y otras fuentes.



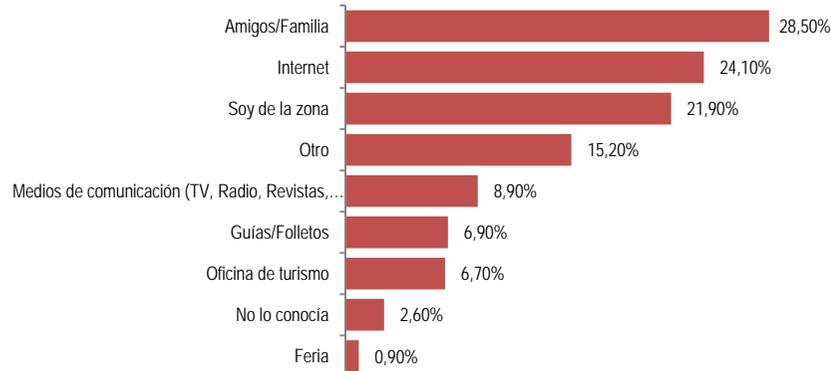
**Gráfico ES.7: Conocimiento del destino. Ciudad**



N<sub>ciudad</sub> = 247 (71,80% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



N<sub>ciudad</sub> = 426 (78,90% del total)

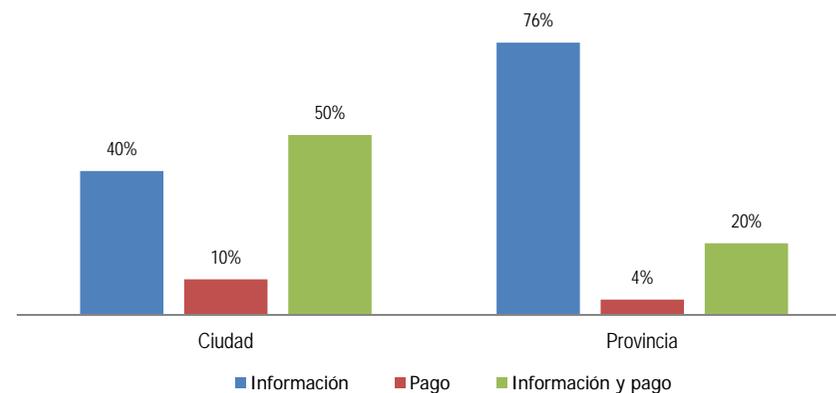
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 (40%) como para la provincia (76%), 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 36% en la ciudad, mientras que es utilizado por un 63% en la provincia. Sin embargo, es más utilizado como medio de Información y pago en la ciudad (56%) en relación a la provincia (36%) (gráfico ES.8).

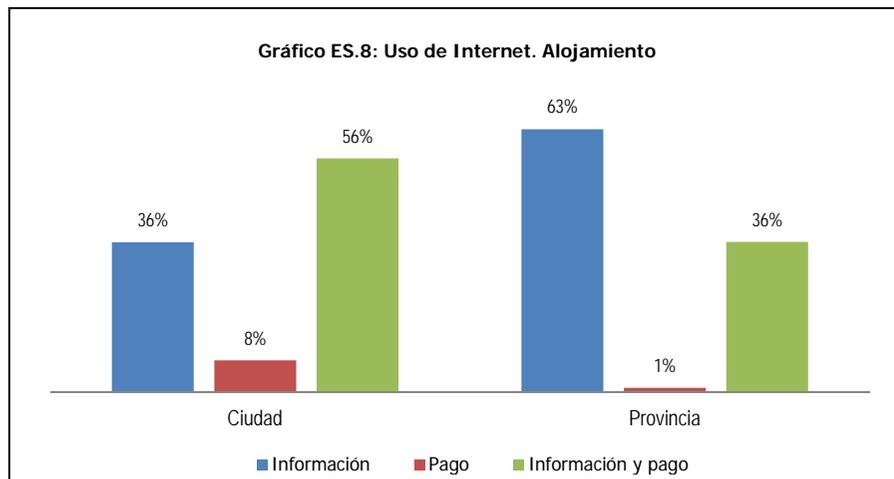
Finalmente, cuando es utilizado para localizar **información sobre actividades/horarios de visitas**, los que visitaron la ciudad lo utilizaron en un 99%, y un 95% por parte de los que visitaron la provincia (gráfico ES.8).

**Gráfico ES.8: Uso de Internet. Transporte**



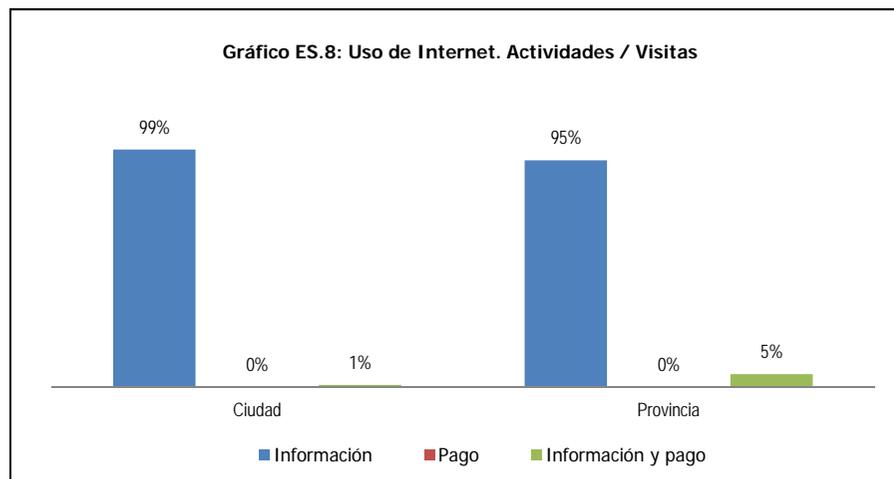
N<sub>ciudad</sub> = 30 (8,70% del total) y N<sub>provincia</sub> = 45 (8,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 131$  (38,10% del total) y  $N_{provincia} = 104$  (19,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{ciudad} = 114$  (33,10% del total) y  $N_{provincia} = 185$  (34,30% del total)

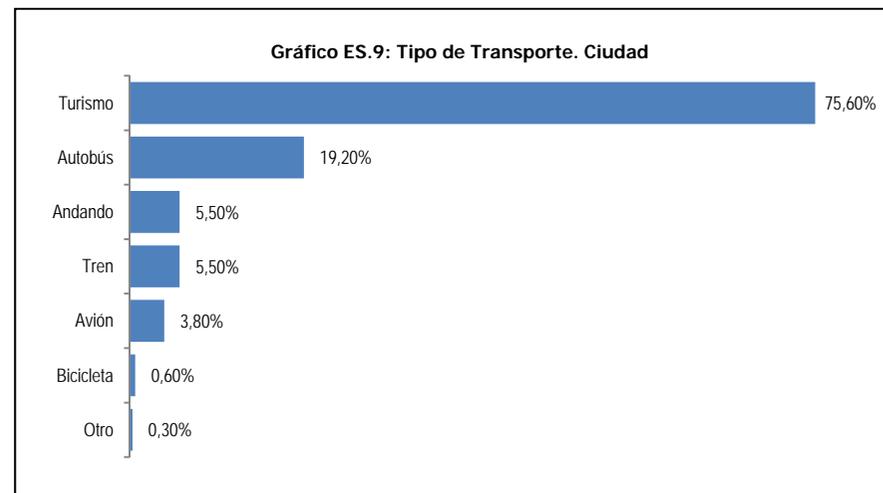
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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

	Transporte		Alojamiento		Actividades/Visitas	
	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia	Ciudad	Provincia
<b>Información</b>	40%	76%	36%	63%	99%	95%
<b>Pago</b>	10%	4%	8%	1%	0%	0%
<b>Ambas</b>	50%	20%	56%	36%	1%	5%

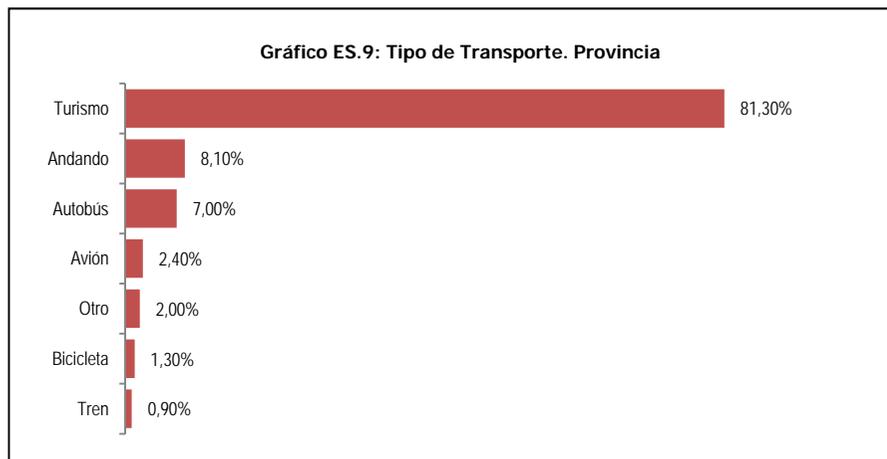
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

En relación con el **medio de transporte** empleado para realizar el desplazamiento es mayoritariamente en ambos casos el “turismo” (75,6% en ciudad y 81,3% 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).



$N_{ciudad} = 337$  (98,00% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



$N_{provincia} = 530$  (98,11% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Respecto al **modo de organización de la visita**, se aprecian diferencias entre visitantes de la ciudad y de la provincia, siendo internet el método mayormente empleado por los visitantes de la ciudad (38,40%) mientras que los visitantes de la provincia organizan su visita mayoritariamente sin contratación previa (31,90%) seguido de internet (20,40%), siendo únicamente un 4,4% quienes organizan su visita a la ciudad por agencia de viajes y un 1,1% en la provincia (tabla ES.6).

	Visitantes de la...	
	Ciudad	Provincia
<b>Agencia de viajes</b>	4,40%	1,10%
<b>Por teléfono</b>	1,50%	5,00%
<b>Camino de Santiago</b>	4,10%	3,00%
<b>Por internet</b>	38,40%	20,40%
<b>Sin contratación previa</b>	16,60%	31,90%
<b>Otro</b>	1,70%	4,40%

$N_{ciudad} = 212$  (61,60% del total) y  $N_{provincia} = 331$  (61,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

## 4.4 Visita

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

Tabla ES. 7: Visita		
	Ciudad	Provincia
<b>Duración</b>	1 día (35,9%) y 2 días (38,0%)	1 día (43,6%) y 2 días (31,6%)
<b>Pernотación</b>	Si (77,6%)	Si (67,1%)
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (61,1%) 3 estrellas (48,9%) y 4 estrellas (42,0%)	Hotel (53,4%) 3 estrellas (43,1%) y 4 estrellas (30,8%)
<b>Itinerario realizado</b>	Sólo Burgos (57,0%)	Sólo Provincia (61,7%)
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (60,2%) y Alojamiento (43,0%)	Restauración (68,3%) y Alojamiento (43,9%)
<b>Gasto total de la visita (persona/día)</b>	<60€ (53,9%)	<60€ (66,8%)
<b>Modo de comidas</b>	Tapas (45,6%) y Menú del Día (29,4%)	Menú del día (33,9%) y A la Carta (23,7%)
<b>Lugares visitados Burgos ciudad</b>	Catedral (86,3%) y Arco de Santa María (70,3%)	Catedral (26,1%) y Arco de Santa María (15,4%)
<b>Lugares visitados Burgos provincia</b>	Lerma (18,0%)	Lerma (18,1%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La **duración de la visita**, sigue siendo en torno a 1,5 noches, así en la ciudad permanecieron un día el 35,90% y dos días, el 38,00%. En la provincia, un día permanecieron el 43,60% y dos días el 31,60% de los visitantes (tabla ES.8).

Acorde con la duración de la visita, se analizan las **pernотaciones** (Si ó No) y el número de pernотaciones que realizan los visitantes (sobre  $N_{ciudad}=331$  (96,20% del total) y  $N_{provincia}=523$  (96,90% del total)), destacando que un 77,6%

de los visitantes de la ciudad sí pernoctan en Burgos, principalmente 1 ó 2 noches (59,1% y 33,5% respectivamente); mientras que un 67,1% de los visitantes de la provincia indican que si pernoctan, principalmente una o dos noches (45,8% y 36,5% respectivamente).

**Tabla ES.8: Duración de la Visita**

	Ciudad	Provincia
<b>1 día</b>	35,90%	43,60%
<b>2 días</b>	38,00%	31,60%
<b>3 días</b>	14,50%	12,40%
<b>4 o más días</b>	11,60%	12,40%

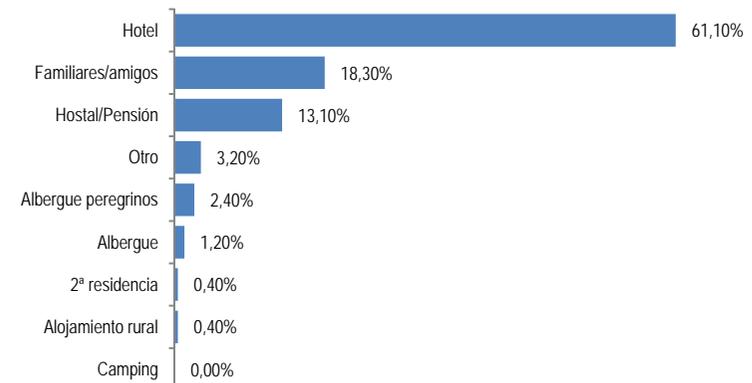
$N_{ciudad} = 337$  (98,00% del total) y  $N_{provincia} = 534$  (98,90% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

El **tipo de alojamiento** mayoritariamente elegido tanto por los visitantes de la ciudad como los de la provincia es el Hotel (61,10% y 53,40% respectivamente) de tres estrellas (48,90 y 43,10% respectivamente) y cuatro estrellas (42,00% y 30,80% respectivamente). En el resto de tipos de alojamiento empleados si se muestran diferencias entre los visitantes de la ciudad y los de la provincia; mientras los visitantes de la ciudad se alojan también en casas de familiares y amigos (18,30%) y en Hostales / Pensiones (13,10%), los visitantes de la provincia se alojan también en casas de familiares y amigos (15,10%) y en albergues de peregrinos (10,00%) (gráfico ES.10).



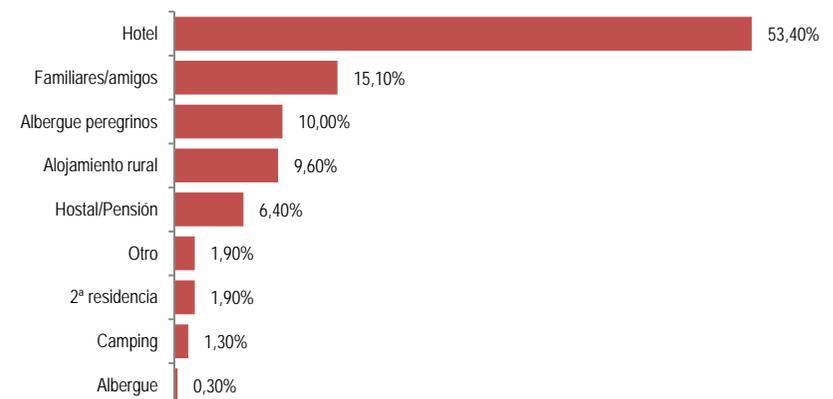
**Gráfico ES.10: Tipo Principal de Alojamiento. Ciudad**



$N_{ciudad} = 252$  (73,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico ES.10: Tipo Principal de Alojamiento. Provincia**



$N_{provincia} = 311$  (57,60% 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 (57,0%), mientras que un 29,90% indican que visitan la ciudad y la provincia y un 7,30% indican que Burgos y otras ciudades. Entre los visitantes de la provincia un 61,7% indican que sólo visitan la provincia, un 26,70% la provincia y la ciudad de Burgos y un 13,30% 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 (43,00% y 43,90%, respectivamente) y en restauración (60,20% y 68,00%, respectivamente), destacando igualmente en este tercer periodo el incremento del porcentaje del transporte en los visitantes de la provincia (tabla ES.9).

El **gasto total en la visita por persona y día** indica mayoritariamente un gasto menor de 60€ tanto en la ciudad (53,90%) como en la provincia (66,80%) (tabla ES.10).

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

	Ciudad	Provincia
Compras	17,70%	10,00%
Cultural/Ocio	36,60%	29,10%
Transporte	44,80%	52,60%
Alojamiento	43,00%	43,90%
Bares/Cafeterías	27,90%	23,00%
Restauración	60,20%	68,30%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Tabla ES.10: Gastos por persona / día

	Ciudad	Provincia
< 60€	53,90%	66,80%
61 - 100€	37,80%	27,30%
101 - 150€	4,60%	3,60%
151 - 250€	1,40%	1,80%
> 250€	2,30%	0,50%

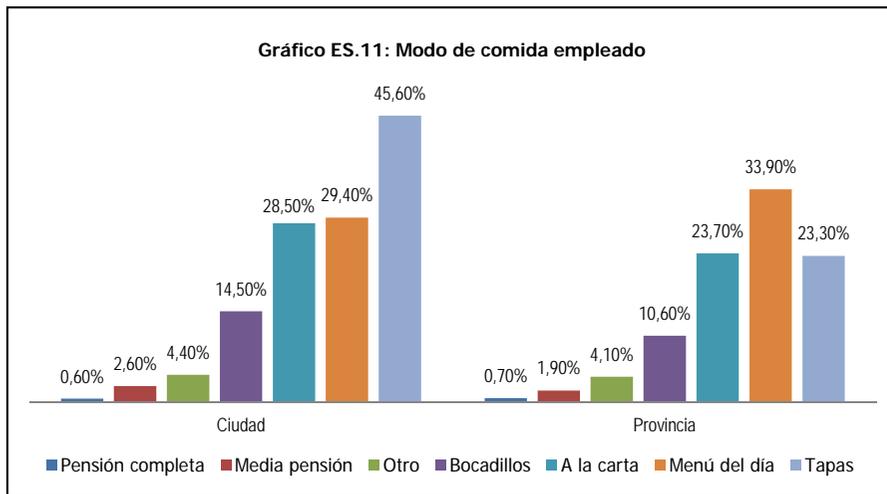
N<sub>ciudad</sub> = 217 (63,10% del total) y N<sub>provincia</sub> = 388 (71,90% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

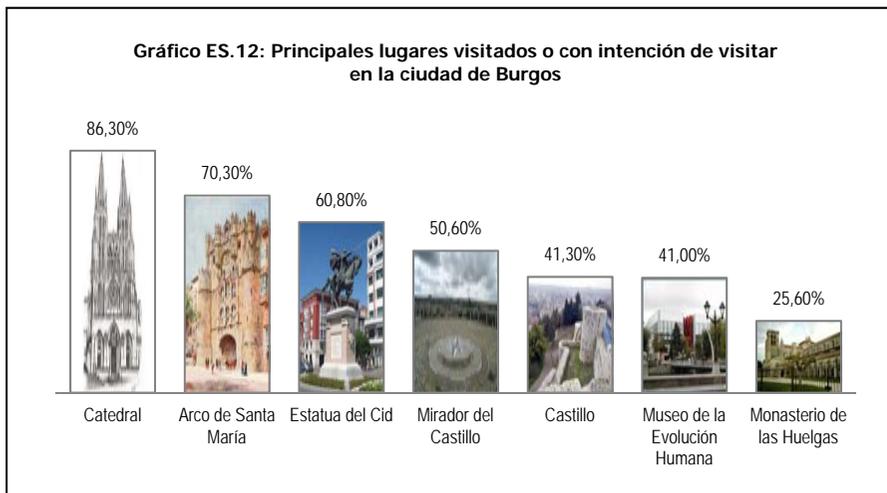
En los **modos de comida** más empleados se aprecian diferencias importantes entre los visitantes de la provincia y los de la ciudad. Así, los visitantes de la ciudad, han utilizado "las tapas" (45,60%), seguido del "menú del día" (29,40%). En cuanto a los visitantes de la provincia, destaca por encima de todas las modalidades el "menú del día" (33,90%), seguido de la modalidad "a la carta" (23,70%) (gráfico ES.11).

Cuando se pregunta por los **lugares visitados o con intención de visitar**, la Catedral, el Arco Santa María, la estatua del Cid, el Mirador del Castillo el Castillo, el Museo de la Evolución Humana (MEH) y el Monasterio de las Huelgas son los puntos que indican más visitados o con intención de visitar en la ciudad. En la provincia, depende de la comarca visitada; destacando de forma general Lerma, Santo Domingo de Silos, Frías, Poza de la Sal y Atapuerca (gráfico ES.12).

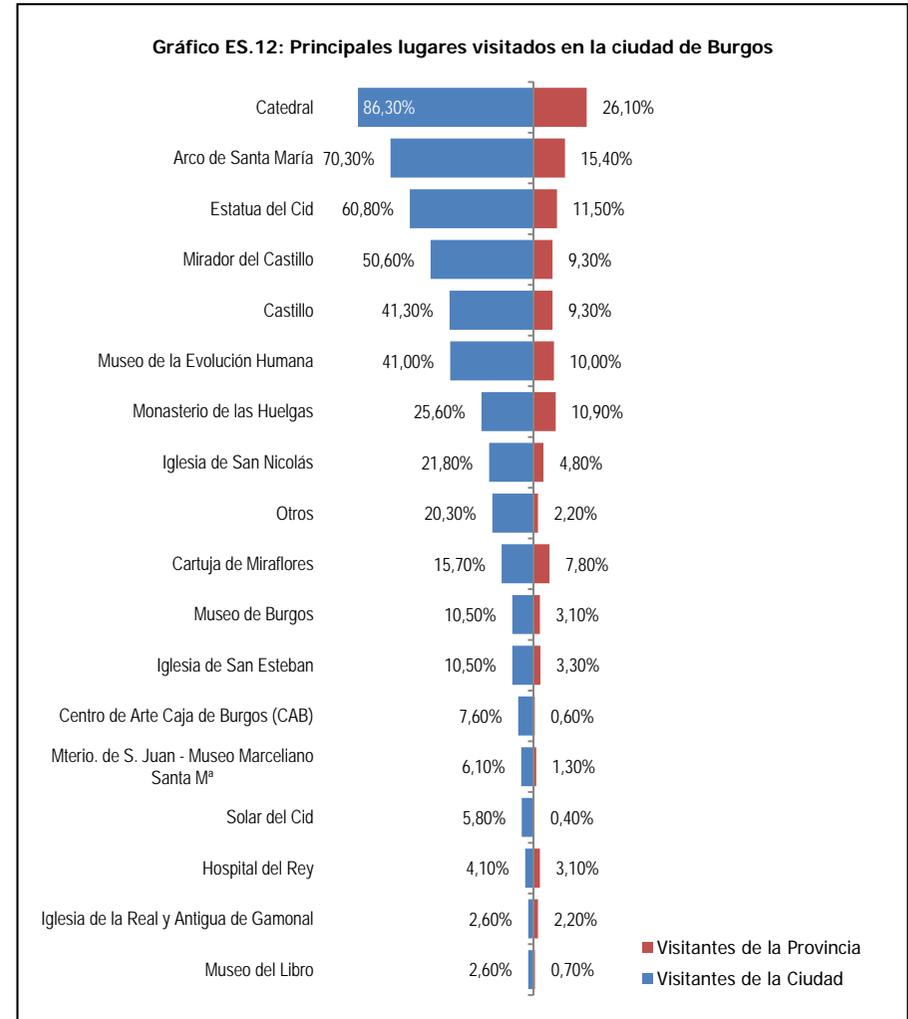




Nota:  $N_{ciudad} = 191$  (55,50% del total) y  $N_{provincia} = 314$  (58,10% del total)  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

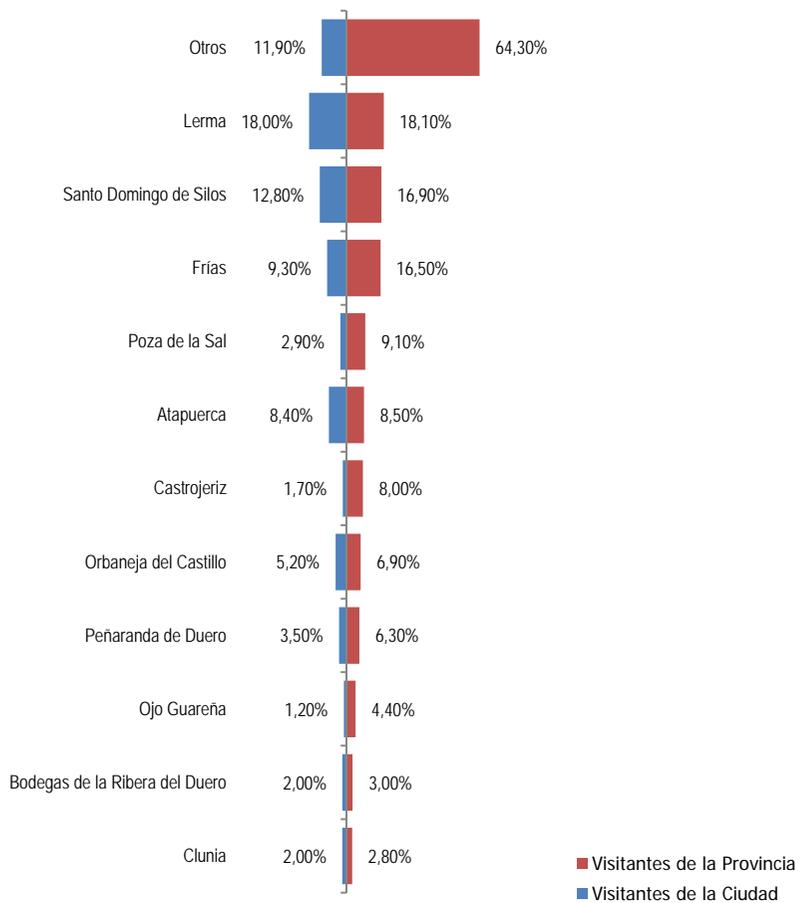


Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Nota: ( $N_{ciudad} = 320$  (93,00% del total) y  $N_{provincia} = 151$  (28,00% del total).  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



Nota: (  $N_{\text{ciudad}} = 121$  (35,20% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 509$  (94,30% 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). Sobre una escala de 1 a 5, se ha obtenido respectivamente una puntuación de 4,45 para la ciudad y 4,48 para la provincia, superior a los datos obtenidos en los dos periodos de encuestación anteriores para la ciudad y similares en la provincia.

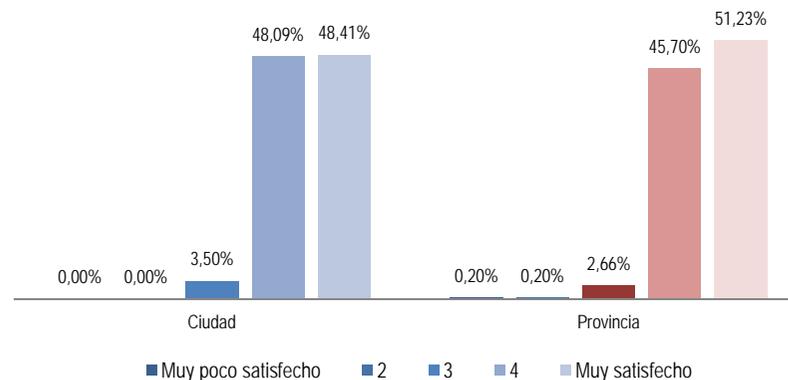
En el gráfico ES.13 se observa, mediante la distribución de frecuencias, como se concentran las respuestas en los valores de "Bastante Satisfecho" (4) y "Muy Satisfecho" (5).

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

Ciudad			Provincia		
N	Media	Desviación Típica	N	Media	Desviación Típica
314	4,45 sobre 5	0,564	488	4,48 sobre 5	0,583

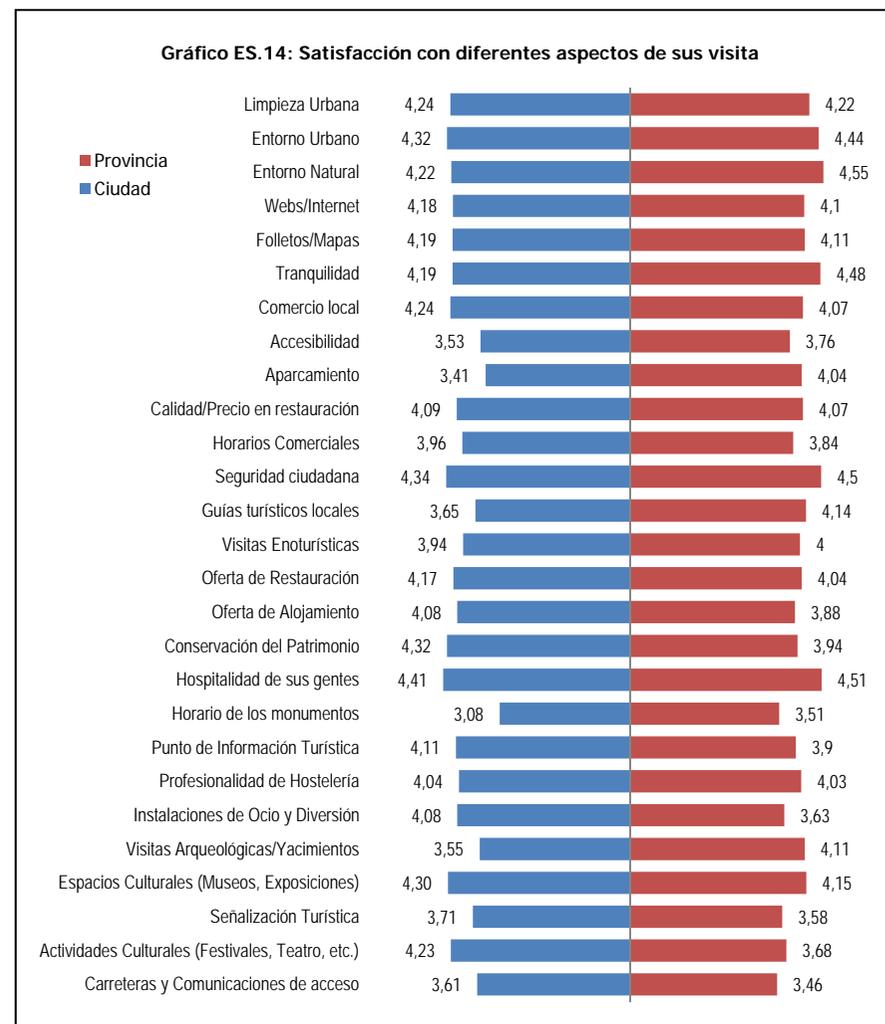
Nota: (  $N_{\text{ciudad}} = 314$  (91,30% del total) y  $N_{\text{provincia}} = 488$  (90,40% del total).  
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico ES.13: Satisfacción Global con la Visita**



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Los visitantes, tanto de la ciudad como de la provincia, se mantienen altamente satisfechos con la mayoría de 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 (4,41); la seguridad ciudadana (4,34); y en tercer lugar la conservación del patrimonio y el entorno urbano (4,32) entre otros; mientras que entre los visitantes de la provincia se destacan aspectos como el entorno natural (4,55); la hospitalidad de sus gentes (4,51) y la seguridad (4,50). Los aspectos con menor satisfacción entre los visitantes de la ciudad son el horario de los monumentos (3,08), la accesibilidad (3,53) y el aparcamiento (3,41); mientras que entre los visitantes de la provincia, los aspectos con menor satisfacción son las carreteras y comunicaciones de acceso (3,46), el horario de los monumentos (3,51) y las instalaciones de ocio y diversión (3,63) (gráfico ES.14).



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

## 4.5 Fidelización

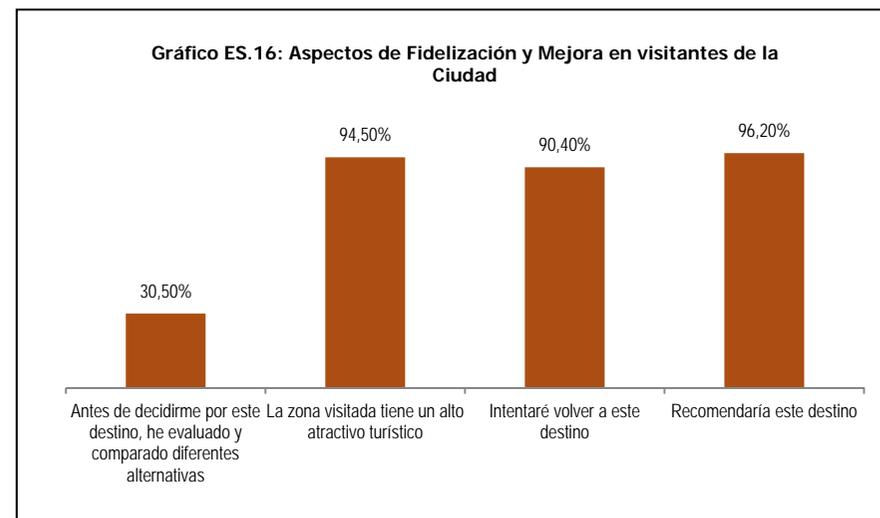
Para valorar **la fidelización de los visitantes** se realizan preguntas sobre recomendación del destino, la posibilidad de volver, etc... Igualmente también se recogen literalmente los servicios a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideran oportunas.

La conclusión al analizar estos aspectos, no es sólo el mantenimiento sino el incremento de los altos porcentajes de recomendación y de regreso al destino, destacando que el 96,20% de los visitantes de la ciudad y el 95,90% de los visitantes de la provincia recomienda el destino (gráfico ES.16 y gráfico ES.17); así mismo se mantienen muy elevados los porcentajes del potencial de atracción turística que tiene tanto la ciudad como la provincia (tabla ES.12).

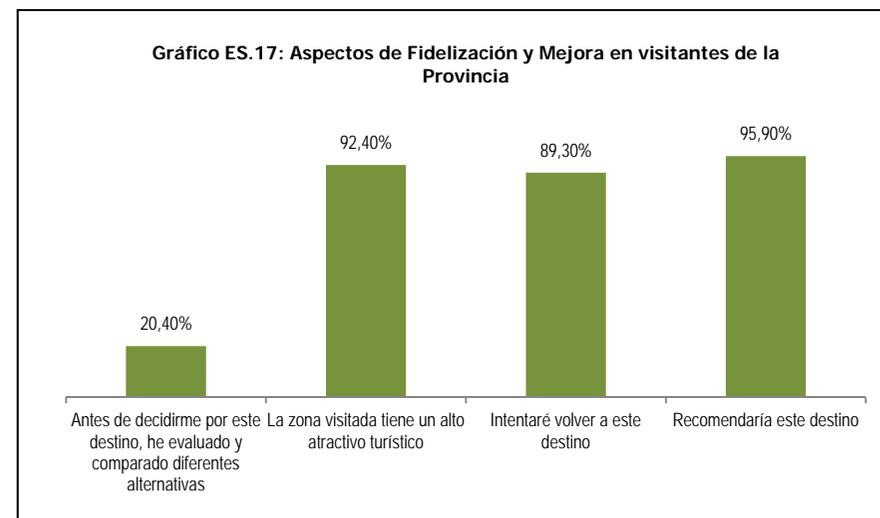
**Tabla ES.12: Fidelización**

	Ciudad	Provincia
<b>Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas</b> <small><math>N_{ciudad} = 313</math> (91,0% del total) y <math>N_{provincia} = 460</math> (85,2% del total)</small>	30,50%	20,40%
<b>La zona visitada tiene un alto atractivo turístico</b> <small><math>N_{ciudad} = 330</math> (95,9% del total) y <math>N_{provincia} = 507</math> (93,9% del total)</small>	94,50%	92,40%
<b>Intentaré volver a este destino</b> <small><math>N_{ciudad} = 327</math> (95,1% del total) y <math>N_{provincia} = 522</math> (96,7% del total)</small>	90,40%	89,30%
<b>Recomendaría este destino</b> <small><math>N_{ciudad} = 332</math> (96,5% del total) y <math>N_{provincia} = 520</math> (96,3% del total)</small>	96,20%	95,90%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

## 4.6 Mejoras

También se ha recogido la opinión de los turistas en relación con las posibles Incidencias (I\*\*) surgidas durante su estancia en Burgos, las Mejoras (M\*\*) que pudieran realizarse en el sector y los Nuevos Servicios (S\*\*) que demandarían. Los resultados obtenidos se reflejan para la ciudad en las tablas ES.17 y ES. 18 para la ciudad y la provincia, respectivamente y están relacionadas con aquellos aspectos que han obtenido un menor grado de satisfacción como son:

- ✓ Actualizar la información de la página Web.
- ✓ Ampliar los horarios de visitas a los monumentos.
- ✓ Una mayor difusión publicitaria.
- ✓ Mejorar las infraestructuras de acceso.
- ✓ Una mayor señalización de infraestructuras (carreteras/senderos/rutas)



**TABLA ES.17: Incidencias Recogidas , Mejoras y Nuevos Servicios .  
Ciudad de Burgos (Tercer Periodo de Encuestación febrero a Mayo de 2014)**

	Ciudad de Burgos		
	I**	M**	S**
Actualizar información en la web	x	x	
Ampliar el horario de Oficina de Turismo		x	x
Ampliar horarios de visitas monumentos		x	
Ampliar la zona de servicio WIFI		x	
Ampliar puntos de Información turística			x
Mayor difusión publicitaria	x		
Mejorar Plazas de parking/ gratis			x
Mejorar servicios públicos (aseos)		x	
Oferta no adaptada a personas con intolerancias alimentarias			x
Precio elevado del parking	x	x	
Precio elevado entradas	x	x	
Regular precio y calidad del servicio	x		

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

I\*\* = Incidencias Recogidas, M\*\* = Mejoras y S\*\* = Nuevos Servicios

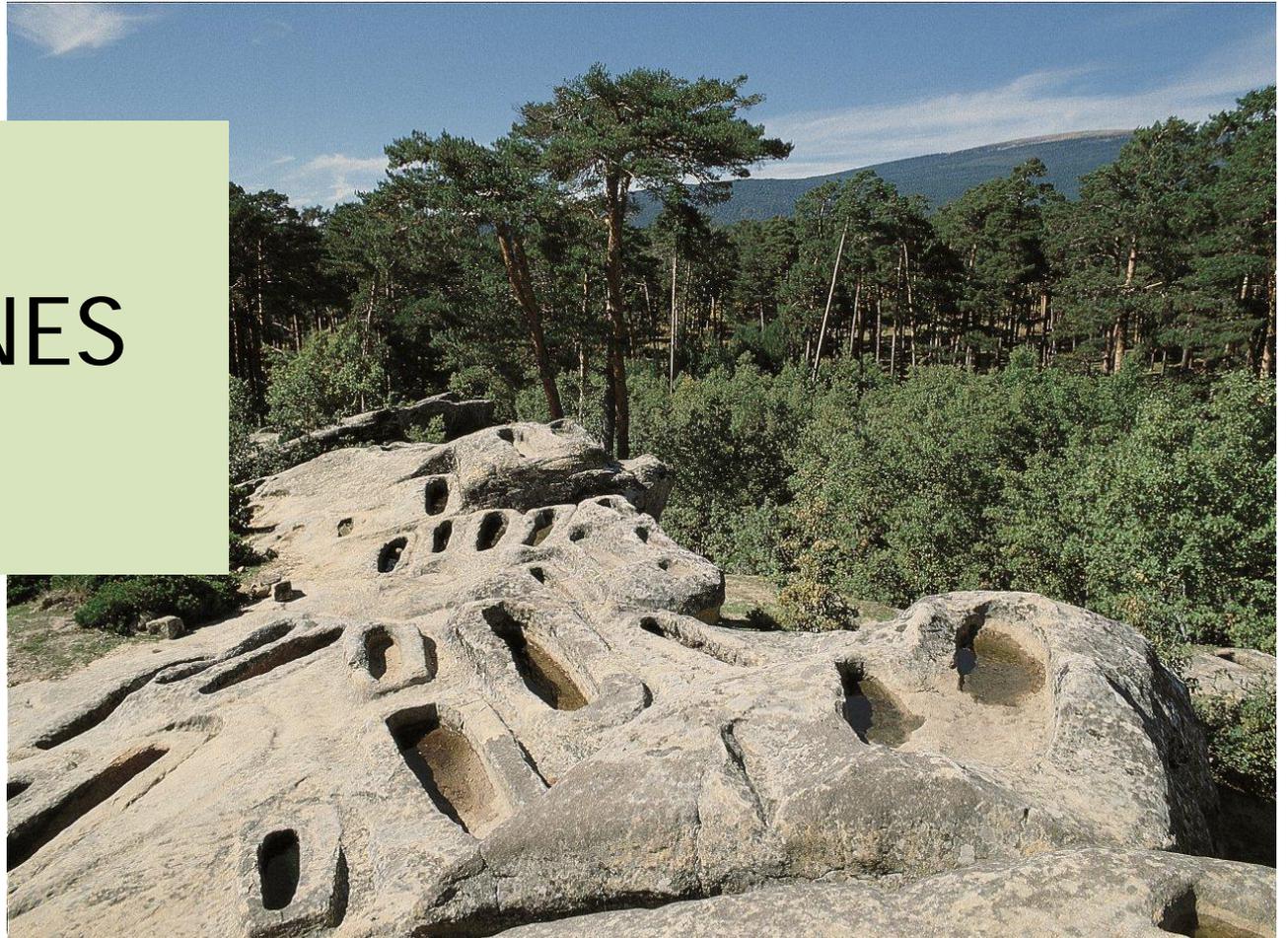


**TABLA ES.18: Incidencias Recogidas , Mejoras y Nuevos Servicios . Comarcas Provincia de Burgos**  
(Tercer Periodo de Encuestación febrero a mayo de 2014)

COMARCAS																						
	Arlanza			Bureba - Ebro			Amaya - Camino			Sierra de la Demanda			Merindades			Pinares			Ribera			
	I**	M**	S**	I**	M**	S**	I**	M**	S**	I**	M**	S**	I**	M**	S**	I**	M**	S**	I**	M**	S**	
Acceso a monumentos																						X
Actualizar información en la web					X						X				X			X				X
Ampliar horarios de visitas monumentos		X		X	X					X	X			X	X							
Ampliar la oferta a actividades organizadas (excursiones)		X			X										X							
Aumentar la oferta de restauración					X																	
Aumentar oferta de plazas de alojamientos (Albergue)								X														
Conservación del entorno natural																	X					
Conservación del patrimonio								X														
Mayor difusión publicitaria		X			X						X				X		X					X
Mayor información en la Oficina de Turismo					X			X									X					
Mejorar Audio Monumentos															X							
Mejorar/Aumentar Plazas de parking								X						X								X
Mejorar infraestructuras alojamientos (calefacción albergues)					X			X														
Mejorar infraestructuras de acceso					X			X		X	X			X		X		X				X
Mejorar la limpieza Urbana		X															X					
Mejorar servicios públicos (aseos)		X																				
Mejorar transporte público		X															X					
Ofertar cursos de arte y escultura															X							
Regular precio y calidad del servicio																						X
Señalización infraestructuras (carreteras/senderos/rutas)					X			X		X	X			X								X
Señalización monumentos					X			X		X	X											
Utilización de las redes sociales					X																	
Apertura de las Oficinas de Turismo los fines de semana										X												

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB  
I\*\* = Incidencias Recogidas, M\*\* = Mejoras y S\*\* = Nuevos Servicios

# 5 CONCLUSIONES



## 5. Conclusiones

**1.-** Incremento de los **viajeros** en los cinco primeros meses de 2014 con respecto a los del 2013 debido principalmente a los viajeros nacionales (4,97%). Este incremento es similar al ocurrido a nivel nacional y superior al de Castilla y León (2,96%).

**2.-** Este incremento también fue superior al observado en las provincias de León, Salamanca y Cuenca pero ligeramente inferior al observado en Córdoba (5,61%). Igualmente los datos correspondientes a los viajeros son positivos tanto en la ciudad (incremento del 3,34%) como en la provincia (incremento del 7,01%) y valores similares se han obtenido también para las pernoctaciones.

**3.-** Se ha producido una mejora en el **Grado de Ocupación Hotelera** en el mes de mayo de 2014 respecto del mismo mes de 2013 tanto para los hoteles de 3 estrellas como los de 4 en la ciudad de Burgos.

**4.-** Incremento en los cinco primeros meses de 2014 en el **número de viajeros y pernoctaciones** registradas en los alojamientos de turismo rural, sobre todo debido al fuerte incremento observado en los turistas extranjeros. Este incremento ha sido superior al que presenta Castilla y León pero inferior al observado en España. Este incremento observado en Burgos es inferior al que presentan las provincias de León, Salamanca y Córdoba.

**5.-** Recuperación de los niveles de **empleo** en el sector turístico en los seis primeros meses de 2014, debido principalmente al incremento de los afiliados en el Régimen General. Se consolida el cambio de tendencia observado en el segundo semestre de 2013.

**6.-** La **Confianza Empresarial del sector Turístico** presenta signos negativos (-12,61%), sobre todo desde el punto de vista del indicador de situación

(-26,74%) mientras que las expectativas son ligeramente positivas (2,66%) siendo estas mejores en la ciudad de Burgos (10,0%) que en la provincia (-0,78%).

**7.-** Las principales **sugerencias para la mejora del sector turístico** proporcionadas por los responsables de los establecimientos hosteleros son: Mejorar la promoción con paquetes integrados ciudad y provincia, lugar web centralizado con toda la información del turismo de Burgos, mayor promoción nacional e internacional de toda la oferta (no sólo catedral y museo de la evolución), control del intrusismo y la competencia desleal, mejorar la formación de las personas que empiezan a trabajar en hostelería y mejora de la capacitación en idiomas, incremento de actividades culturales, temáticas y de las realizadas en la calle y mejora de la señalización de rutas y monumentos.

**8.-** No existen diferencias significativas en relación con los **perfiles del visitante, procedencia, preparación de la visita y lugares visitados** en relación con los datos observados en boletines anteriores tanto en la ciudad como en la provincia de Burgos.

**9.-** El **Grado de Satisfacción General de los turistas de la ciudad** presenta un valor de 4,45 (sobre 5) ligeramente superior a 4,37, dato observado en los dos periodos de encuestación anteriores, siendo los aspectos mejor valorados la hospitalidad, la seguridad, la conservación del patrimonio y el entorno urbano mientras que los que obtienen una valoración inferior son el horario de los monumentos, y los aparcamientos.

**10.-** El **Grado de Satisfacción general de los turistas de la provincia** presenta un valor de 4,48 (sobre 5) frente a los valores de 4,39 y 4,5 del primer y segundo periodo de encuestación respectivamente. Los aspectos mejor valorados son el entorno natural, la hospitalidad de las gentes y la seguridad; mientras que las carreteras y comunicaciones de acceso y el horario de los monumentos son los aspectos que obtienen una valoración inferior.

**11.-** Destacar el alto porcentaje de turistas que recomendaría **Burgos como destino** (96,2%) en la ciudad y el 95,9% en la provincia.

# GLOSARIO DE TÉRMINOS



## Glosario de Términos

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

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

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

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

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

**Excursionistas** personas que no pernoctan

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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



**Diputación de Burgos**