



Observatorio

Provincia de  
**Burgos**

origen y destino

**INFORME 2017**



UNIVERSIDAD  
DE BURGOS



Diputación  
de Burgos



OBSERVATORIO  
*Provincia de Burgos, Origen y Destino*

INFORME 2017

Observatorio



## OBSERVATORIO *Provincia de Burgos, Origen y Destino*

### INFORME 2017

#### EDITA:

Universidad de Burgos  
Diputación Provincial de Burgos

#### COORDINA:

Pablo Arranz Val

#### ELABORADO POR:

Equipo Técnico de la Universidad de Burgos:

Arturo Alvear González  
Santiago Aparicio Castillo  
Pablo Arranz Val  
Montserrat Espremans Baranda  
Fernando Lara Ortega  
Julio César Puche Regaliza  
Begoña Sanmarti Estarta



Becarios Colaboradores:

Paula Antón Maraña  
Ana Carretero Castillo  
Claudia T. Del Barrio García  
Alba García García  
Ana M<sup>a</sup> Hernando Puente  
Andreea Lavinia Coviza  
Laura Rendón Posada

*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

El Observatorio *Provincia de Burgos, Origen y Destino* es una iniciativa promovida por:



UNIVERSIDAD  
DE BURGOS



Diputación  
de Burgos

# Índice

## Presentación

<b>1. Indicadores de la Oferta y la Demanda.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Indicadores de la Oferta.....</b>	<b>11</b>
1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.1.2 Análisis comparado por provincias	
1.1.3 Alojamientos de Turismo Rural	
1.1.4 Restauración	
1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2017	
<b>1.2 Indicadores de la Demanda.....</b>	<b>22</b>
1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos	
1.2.2 Alojamientos de Turismo Rural	
1.2.3 Evolución por provincias (viajeros y pernoctaciones)	
1.2.4 Apartamentos Turísticos	
1.2.5 Campings	
<b>2. Empleo en Hostelería en Burgos.....</b>	<b>49</b>
<b>3. Visitantes en Puntos de Referencia.....</b>	<b>59</b>
<b>3.1 Visitantes en la Provincia de Burgos. Puntos de Interés. Comarcas.....</b>	<b>59</b>
<b>3.2 Visitantes en la Ciudad de Burgos. Puntos de Interés.....</b>	<b>62</b>
<b>4. Perfil y Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos.....</b>	<b>65</b>
<b>4.1 Análisis del Perfil y la Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos.....</b>	<b>65</b>
4.1.1 Ficha Técnica	
4.1.2 Perfil del visitante	
4.1.3 Preparación de la visita	
4.1.4 Visita	
4.1.5 Fidelización	
4.1.6 Mejoras	
4.1.7 Análisis comparativo de los ejercicios 2014 - 2017	
4.1.8 Análisis comparativo por periodos de encuestación 2017	
<b>5. Análisis Comarcal.....</b>	<b>93</b>
<b>5.1 Introducción.....</b>	<b>93</b>
5.1.1 Arlanza	
5.1.2 Bureba - Ebro	
5.1.3 Amaya - Camino	
5.1.4 Sierra de la Demanda - Pinares	
5.1.5 Merindades	
5.1.6 Ribera del Duero	
<b>5.2 Análisis Comparativo entre Comarcas de la Provincia.....</b>	<b>130</b>
<b>6. Conclusiones.....</b>	<b>140</b>
<b>Glosario de Términos.....</b>	<b>144</b>



# Presentación

Este informe se realiza para dar cobertura al Convenio de Colaboración firmado por la Excelentísima Diputación Provincial de Burgos y la Universidad de Burgos el 28 de noviembre de 2016 con el fin de dar continuidad al desarrollo de las actuaciones del Observatorio de Turismo Provincia de Burgos, Origen y Destino.

Con la presentación de este informe se pone fin al análisis que el Observatorio Turístico ha desarrollado durante el año 2017. Así el Observatorio se consolida como una herramienta de trabajo fundamental para el diagnóstico y la toma de decisiones sobre la actividad turística de la provincia. El estudio conjunto de los numerosos datos recogidos por el Observatorio Turístico a lo largo de este periodo, de los cuales hemos dado cuenta a través de los sucesivos Boletines Mensuales, nos permite obtener una visión general y perfilar los caracteres a tener en cuenta en el diseño del modelo turístico de la provincia.

Para la elaboración de este Informe se han realizado un total de 1.398 encuestas contando con la colaboración de diferentes establecimientos hoteleros y de turismo rural, oficinas de turismo, entre otros; además de estudiantes y profesores de la Universidad de Burgos. Se recogen datos correspondientes a los indicadores de oferta y demanda turística, así como los de empleo en el sector turístico en Burgos, que complementan los de percepción de los turistas.

En primer lugar, se analizan los datos correspondientes a los indicadores de oferta: número de establecimientos y plazas en alojamientos turísticos y número de establecimientos destinado a los servicios de restauración; y los indicadores de demanda turística: número de viajeros y pernoctaciones. Se realiza una comparación de los mismos con los obtenidos en Castilla y León y en el conjunto nacional y, lo observado en otras provincias de características similares: Salamanca y León en Castilla y León, y Cuenca, Cáceres y Córdoba, a nivel nacional.

En segundo lugar, se analizan los datos de empleo en el sector de Hostelería utilizando el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos comparándolos con lo ocurrido en el Sector a nivel regional y nacional. Por otro lado, se ha obtenido la información correspondiente al personal empleado, tanto en establecimientos hoteleros como en alojamientos de turismo rural, así como los afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo: Servicios de Alojamiento y Servicios de Comidas y Bebidas para cada uno de los meses del periodo 2014-2017.

En tercer lugar, se presentan los resultados recopilados del número de visitantes en los principales puntos de interés turísticos de la provincia de Burgos: oficinas de turismo, centros expositivos, museos, parques naturales, monumentos...

En cuarto lugar, se analiza el perfil y la percepción de los visitantes de la provincia de Burgos con los datos globales de todas las encuestas recogidas en cada uno de los tres periodos de encuestación (Semana Santa, julio y agosto y la primera semana de diciembre), los resultados aparecen de manera global para la provincia y segmentados para cada una de las seis comarcas en las que se ha dividido la provincia: Arlanza, Bureba-Ebro, Amaya-Camino, Sierra de la Demanda-Pinares, Merindades y Ribera del Duero considerando de manera conjunta los datos obtenidos en los tres periodos de encuestación realizados.

Finalizamos el informe con las principales conclusiones obtenidas, así como algunas sugerencias que contribuyan a incrementar el número de visitantes y su satisfacción.

*Equipo Técnico del Observatorio Provincia de Burgos, Origen y Destino*





# 1 OFERTA Y DEMANDA





## 1. Indicadores de la Oferta y la Demanda

En este informe presentamos una evolución de los indicadores de oferta y demanda turísticas, hasta el año 2017, condicionado, en cada caso, a los periodos de información disponible. Cuando se realizan comparaciones con los resultados obtenidos en Burgos, Castilla y León y España se utilizan números índices, pues en caso contrario no sería posible representarlos gráficamente.

La comisión técnica del Observatorio decidió realizar también comparaciones de los datos de las mismas variables estudiadas con los obtenidos en las provincias de León, Salamanca, Córdoba, Cáceres y Cuenca por considerarse que poseen condiciones geográficas similares a Burgos.

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

### 1.1 Indicadores de la Oferta

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

#### 1.1.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

En el año 2017 el **número de establecimientos hoteleros (hoteles y hostales)** en la provincia alcanzó los 172 establecimientos lo que supone un incremento del 4,88% en relación al año 2016, siendo este crecimiento mayor al experimentado en Castilla y León y en el conjunto nacional (tabla 1.1), situación que pone de manifiesto la consolidación de la tendencia creciente en los dos últimos años (gráfico 1.1).

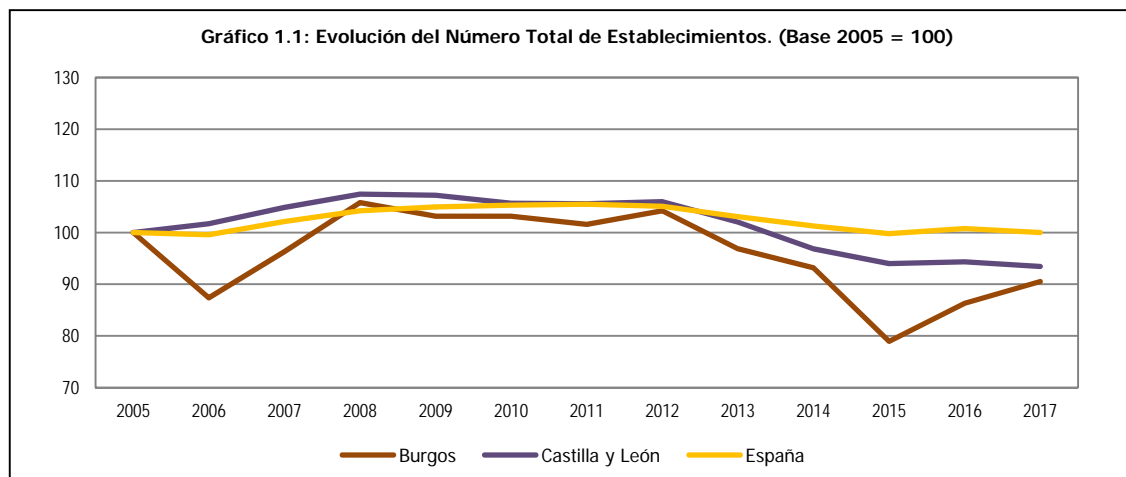
**Tabla 1.1: Variación anual del Número Total de Establecimientos. (Comparación)**

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	198	1.309	13.045
Diciembre 2013	184	1.260	12.794
Diciembre 2014	177	1.196	12.572
Diciembre 2015	150	1.161	12.387
Diciembre 2016	164	1.165	12.511
Diciembre 2017	172	1.154	12.417
Variación 2016-2017	4,88%	-0,94%	-0,75%
Variación 2012-2017	-13,13%	-11,84%	-4,81%

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

Por las características de la información disponible en ocasiones nos referimos al total de Burgos (incluyendo datos de la capital y la provincia), por otro lado sólo capital y en otros casos a sólo provincia. Situaciones que se irán comentando en cada caso a lo largo de este informe.





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

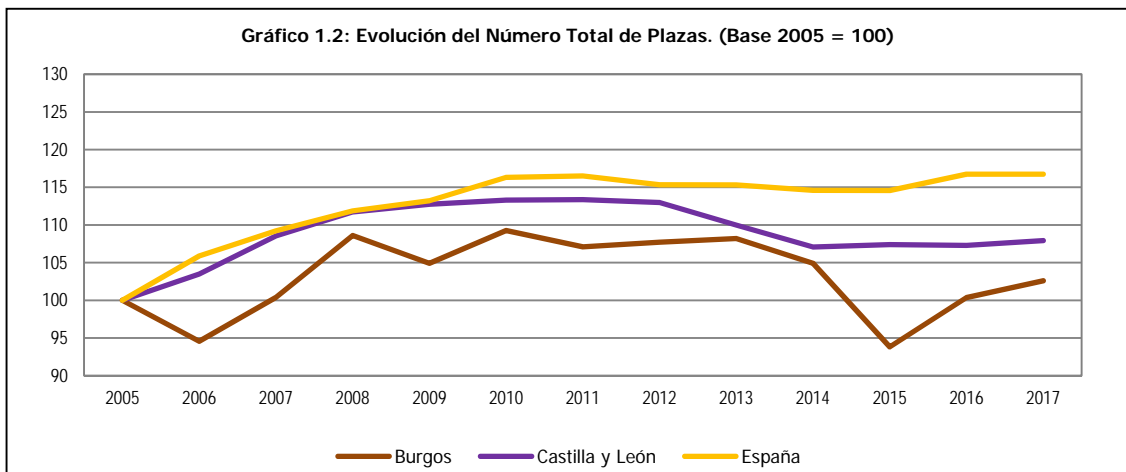
El incremento de la oferta hotelera en 2017 se ve también reflejado en el incremento del **número de plazas hoteleras** (175) lo que supone un aumento del 2,23% respecto al año 2016 (tabla 1.2).

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

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	8.410	56.721	1.085.943
Diciembre 2013	8.447	55.227	1.085.730
Diciembre 2014	8.191	53.762	1.078.956
Diciembre 2015	7.324	53.924	1.078.627
Diciembre 2016	7.835	53.872	1.099.130
Diciembre 2017	8.010	54.190	1.099.149
Variación 2016-2017	<b>2,23%</b>	<b>0,59%</b>	<b>0,00%</b>
Variación 2012-2017	<b>-4,76%</b>	<b>-4,46%</b>	<b>1,22%</b>

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

El **número de plazas hoteleras**, ha experimentado un incremento de un 2,50% en relación al año base 2005. Este hecho junto con los datos positivos sobre el número de establecimientos, refleja una recuperación de la oferta hotelera, aunque esta es inferior a la observada en Castilla y León y en el conjunto nacional.



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

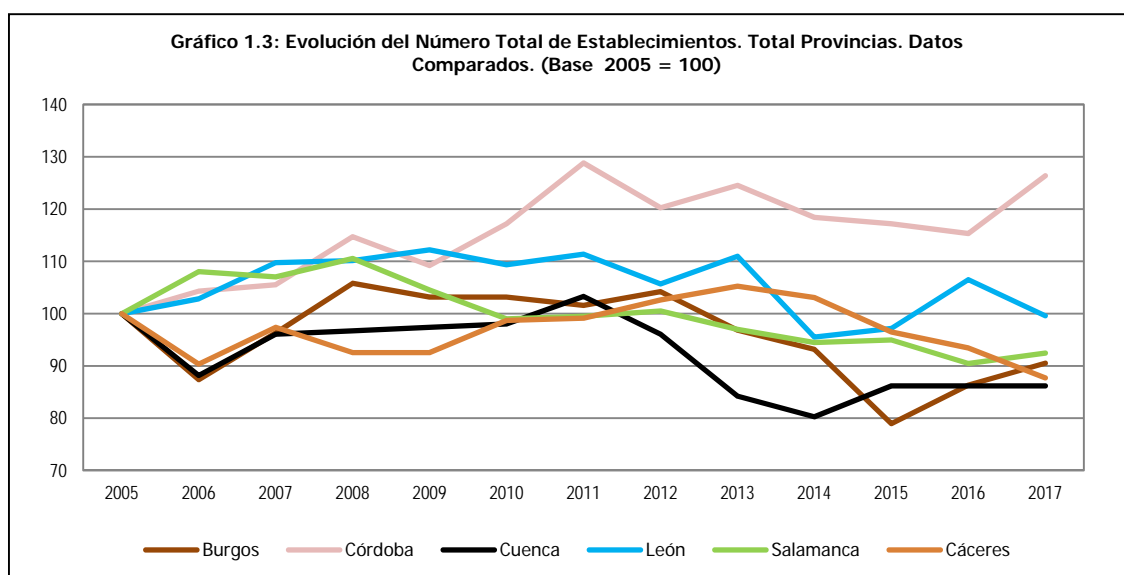
### 1.1.2 Análisis comparado por provincias

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

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

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	198	196	146	260	200	234
Diciembre 2013	184	203	128	273	193	240
Diciembre 2014	177	193	122	235	188	235
Diciembre 2015	150	191	131	239	189	220
Diciembre 2016	164	188	131	262	180	213
Diciembre 2017	172	206	131	245	184	200
Variación 2016-2017	4,88%	9,57%	0,00%	-6,49%	2,22%	-6,10%
Variación 2012-2017	-13,13%	5,10%	-10,27%	-5,77%	-8,00%	-14,53%

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

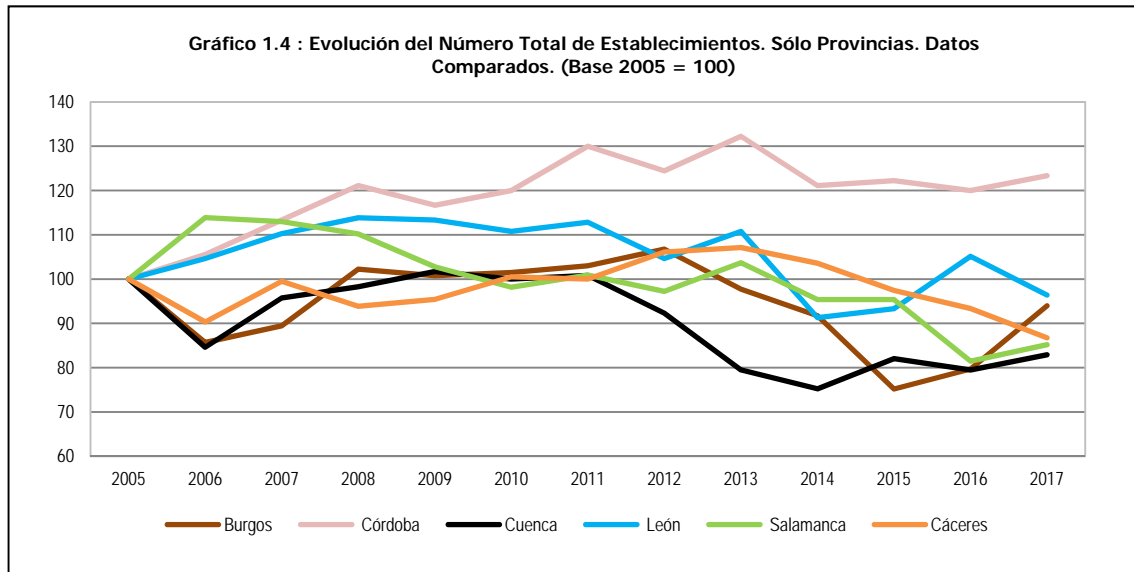


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

**Tabla 1.4: Variación anual del Número Total de Establecimientos. Sólo Provincias.**  
(Datos Comparados)

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	142	112	108	204	105	208
Diciembre 2013	130	119	93	216	112	210
Diciembre 2014	122	109	88	178	103	203
Diciembre 2015	100	110	96	182	103	191
Diciembre 2016	106	108	93	205	88	183
Diciembre 2017	125	111	97	188	92	170
Variación 2016-2017	17,92%	2,78%	4,30%	-8,29%	4,55%	-7,10%
Variación 2012-2017	-11,97%	-0,89%	-10,19%	-7,84%	-12,38%	-18,27%

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

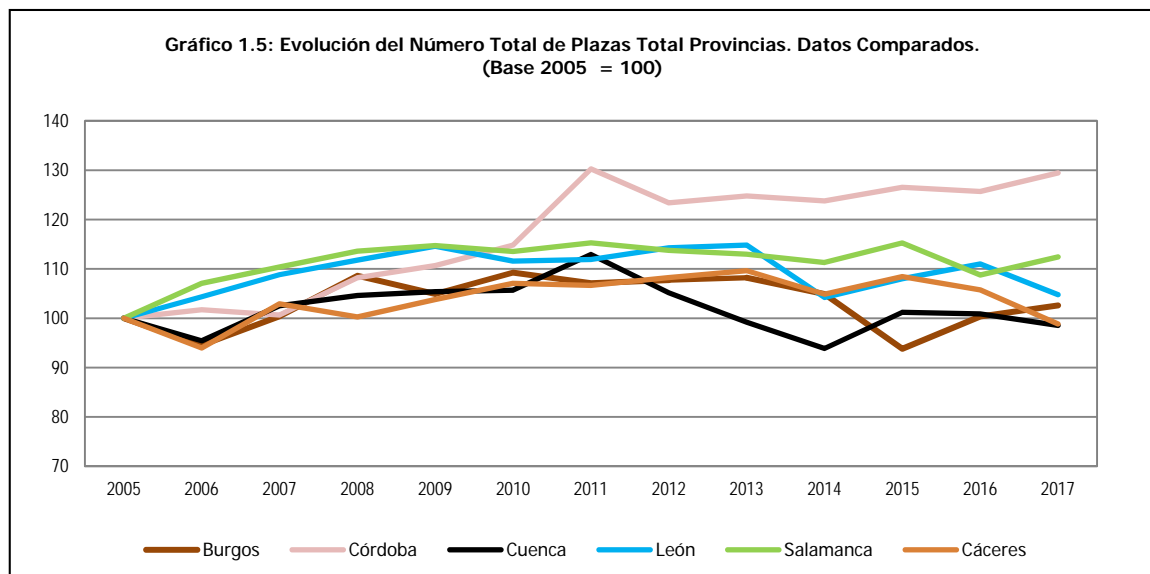


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

**Tabla 1.5: Variación anual del Número Total de Plazas. (Datos Comparados)**

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
<b>Diciembre 2012</b>	8.410	10.813	5.077	10.492	9.956	9.468
<b>Diciembre 2013</b>	8.447	10.934	4.789	10.543	9.888	9.591
<b>Diciembre 2014</b>	8.191	10.846	4.532	9.568	9.741	9.174
<b>Diciembre 2015</b>	7.324	11.086	4.886	9.918	10.089	9.487
<b>Diciembre 2016</b>	7.835	11.014	4.870	10.190	9.520	9.251
<b>Diciembre 2017</b>	8.010	11.343	4.757	9.620	9.840	8.647
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>2,23%</b>	<b>2,99%</b>	<b>-2,32%</b>	<b>-5,59%</b>	<b>3,36%</b>	<b>-6,53%</b>
<b>Variación 2012-2017</b>	<b>-4,76%</b>	<b>4,90%</b>	<b>-6,30%</b>	<b>-8,31%</b>	<b>-1,17%</b>	<b>-8,67%</b>

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

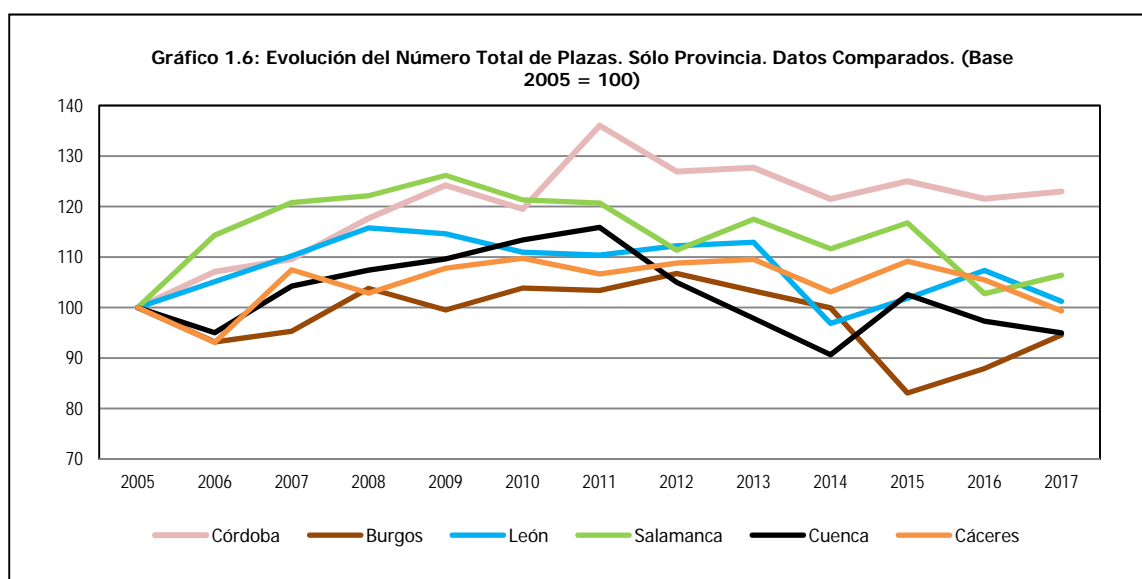


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

**Tabla 1.6: Variación anual del Número Total de Plazas. Sólo Provincias (Datos Comparados)**

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	4.964	4.143	3.062	6.711	4.241	7.053
Diciembre 2013	4.804	4.168	2.854	6.753	4.474	7.099
Diciembre 2014	4.647	3.965	2.643	5.792	4.251	6.682
Diciembre 2015	3.864	4.080	2.991	6.089	4.446	7.075
Diciembre 2016	4.089	3.967	2.837	6.419	3.913	6.837
Diciembre 2017	4.399	4.014	2.770	6.054	4.051	6.438
Variación 2016-2017	7,58%	1,18%	-2,36%	-5,69%	3,53%	-5,84%
Variación 2012-2017	-11,38%	-3,11%	-9,54%	-9,79%	-4,48%	-8,72%

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



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

### 1.1.3 Alojamientos de Turismo Rural

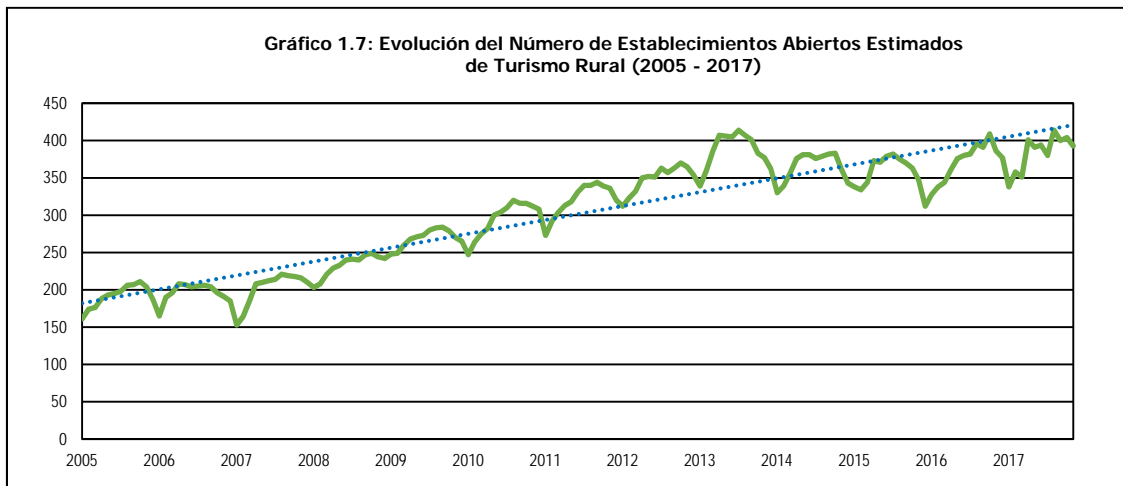
La tabla 1.7 refleja los datos correspondientes al **Turismo Rural** de la provincia de Burgos, Castilla y León y el total nacional. En el año 2017, el número de establecimientos de turismo rural en la provincia alcanzó los 378 lo que supone un incremento en la oferta rural del 0,27% respecto al año 2016, inferior al experimentado en Castilla y León (1,08%), y al observado en el conjunto nacional 1,94%.

**Tabla 1.7: Variación anual del Número Total de Establecimientos de Turismo Rural. (Comparación)**

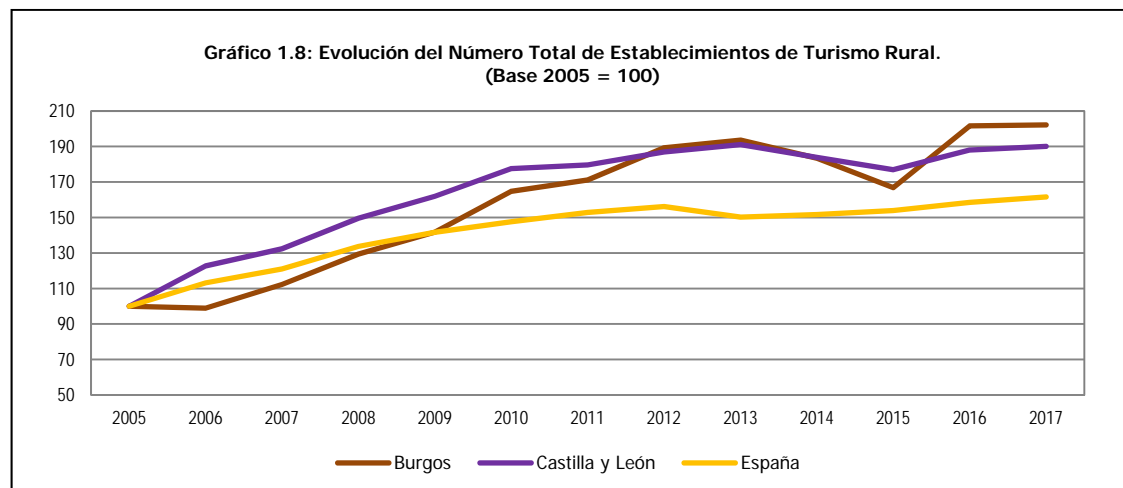
	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	354	3.299	15.117
Diciembre 2013	362	3.373	14.544
Diciembre 2014	343	3.245	14.682
Diciembre 2015	312	3.123	14.900
Diciembre 2016	377	3.319	15.351
Diciembre 2017	378	3.355	15.649
Variación 2016-2017	0,27%	1,08%	1,94%
Variación 2012-2017	6,78%	1,70%	3,52%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia





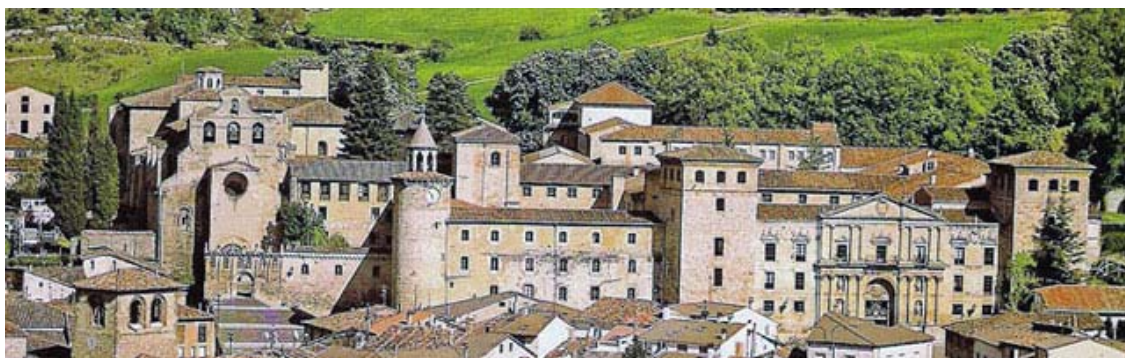
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

Los datos anteriores nos permiten comprobar que el número de establecimientos de alojamiento de turismo rural se ha incrementado casi un 100% en relación al año 2005, situándose su evolución en el año 2017, a niveles superiores a los de Castilla y León y España.

En relación a las plazas ofertadas en turismo rural, en Burgos se observa un ligero aumento del 0,42% en 2017 en relación al año 2016, cifra inferior a las variaciones en Castilla y León y España (Tabla 1.8). Si tomamos como año base 2005, se puede apreciar un crecimiento bastante importante de casi un 100% en el periodo analizado (gráfico 1.9).

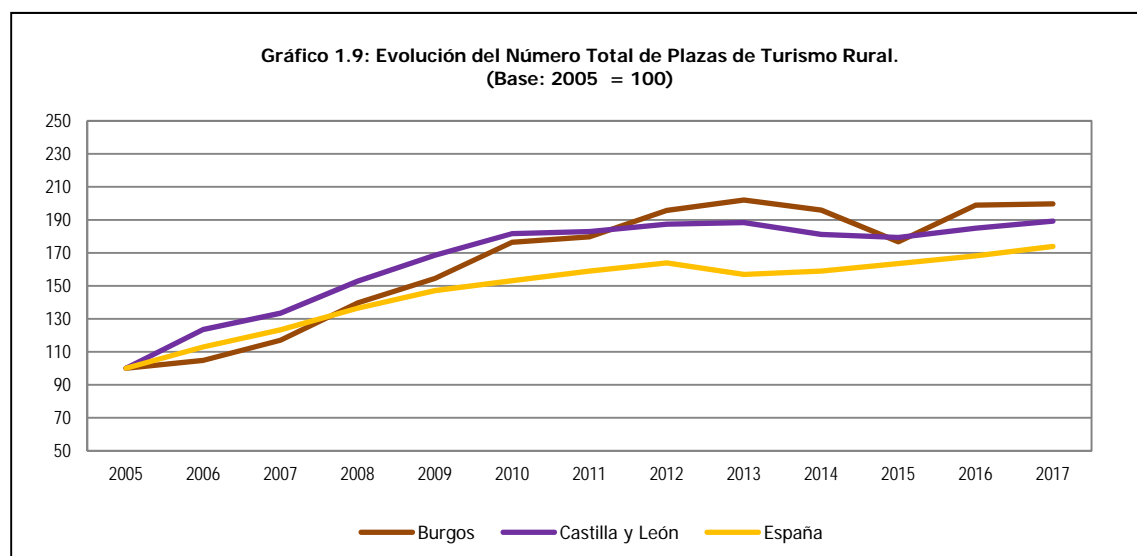




**Tabla 1.8: Variación anual del Número Total de Plazas de Turismo Rural. (Comparación)**

	Burgos	Castilla y León	España
Diciembre 2012	3.537	28.911	137.694
Diciembre 2013	3.651	29.061	131.887
Diciembre 2014	3.541	27.944	133.580
Diciembre 2015	3.193	27.662	137.396
Diciembre 2016	3.594	28.529	141.280
Diciembre 2017	3.609	29.192	146.093
Variación 2016-2017	0,42%	2,32%	3,41%
Variación 2012-2017	2,04%	0,97%	6,10%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.



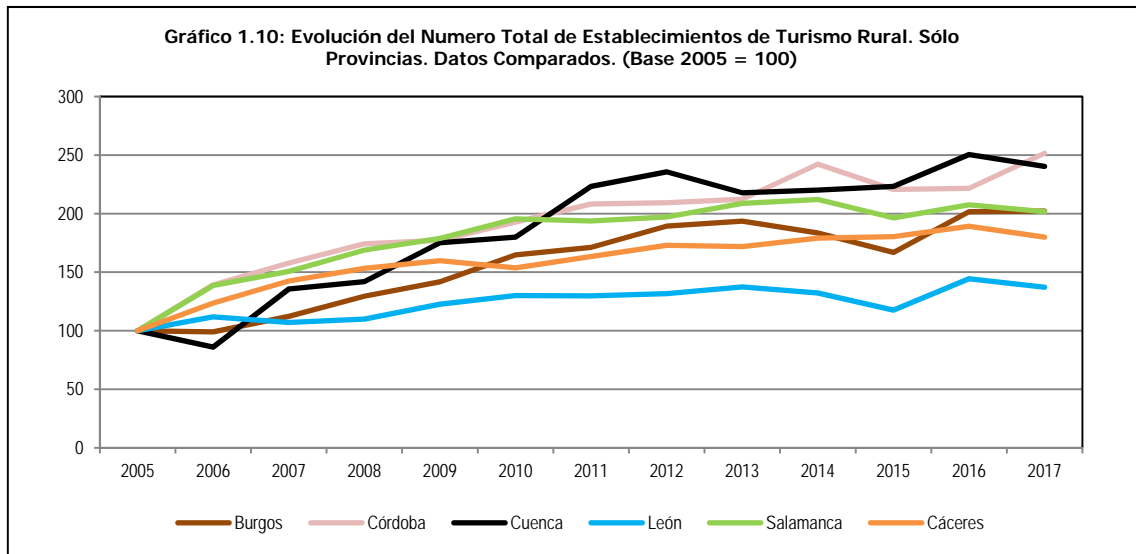
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

**Tabla 1.9: Variación anual del Número Total de Establecimientos de Turismo Rural. Sólo Provincias. (Datos Comparados)**

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	354	203	304	412	475	448
Diciembre 2013	362	206	281	430	503	445
Diciembre 2014	343	235	284	414	511	464
Diciembre 2015	312	214	288	368	473	467
Diciembre 2016	377	215	323	452	500	490
Diciembre 2017	378	244	310	429	486	466
Variación 2016-2017	0,27%	13,49%	-4,02%	-5,09%	-2,80%	-4,90%
Variación 2012-2017	6,78%	20,19%	1,97%	4,13%	2,32%	4,02%

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.



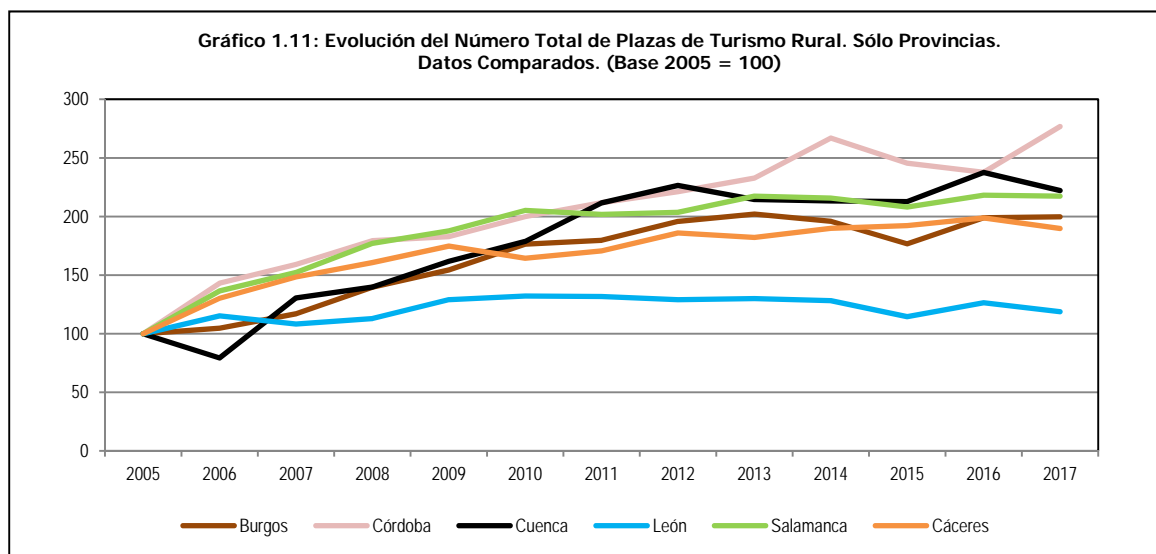


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

**Tabla 1.10: Variación anual del Número Total de Plazas de Turismo Rural. Sólo Provincias (Datos Comparados)**

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
<b>Diciembre 2012</b>	3.537	1.907	3.131	3.550	3.792	5.470
<b>Diciembre 2013</b>	3.651	2.007	2.965	3.573	4.051	5.356
<b>Diciembre 2014</b>	3.541	2.301	2.948	3.527	4.018	5.587
<b>Diciembre 2015</b>	3.193	2.116	2.940	3.151	3.877	5.655
<b>Diciembre 2016</b>	3.594	2.049	3.284	3.478	4.065	5.848
<b>Diciembre 2017</b>	3.609	2.386	3.071	3.266	4.049	5.583
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>0,42%</b>	<b>16,45%</b>	<b>-6,49%</b>	<b>-6,10%</b>	<b>-0,39%</b>	<b>-4,53%</b>
<b>Variación 2012-2017</b>	<b>2,04%</b>	<b>25,12%</b>	<b>-1,92%</b>	<b>-8,00%</b>	<b>6,78%</b>	<b>2,07%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

### 1.1.4 Restauración

En relación con la **oferta de restauración**, comparando los años 2016-2017 en la provincia, se observa un ligero incremento en restauración (1,13%) y un mayor incremento en el número de cafeterías (10,42%). Estos datos contrastan con los de la capital, existiendo un pequeño aumento en restauración (0,44%) y una disminución en cafeterías (1,27%).

<b>Tabla 1.11: Variación anual Oferta de Restauración en Burgos</b>						
	<b>Restaurantes</b>			<b>Cafeterías</b>		
	<b>Total</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>	<b>Total</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>
<b>2012</b>	683	211	472	105	61	44
<b>2013</b>	714	216	498	106	62	44
<b>2014</b>	732	216	516	113	65	48
<b>2015</b>	741	219	522	120	71	49
<b>2016</b>	760	228	532	127	79	48
<b>2017</b>	767	229	538	131	78	53
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>0,92%</b>	<b>0,44%</b>	<b>1,13%</b>	<b>3,15%</b>	<b>-1,27%</b>	<b>10,42%</b>
<b>Variación 2012-2017</b>	<b>12,30%</b>	<b>8,53%</b>	<b>13,98%</b>	<b>24,76%</b>	<b>30%</b>	<b>20,45%</b>

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

Observando la evolución de la oferta de restauración en Burgos en el periodo 2005-2017, se puede apreciar que en estos 12 años se ha producido un aumento del 36,2% en el número de restaurantes en la provincia, pasando de 395 a 538 establecimientos, frente al 21,8% en la ciudad, pasando de 188 a 229. Por otro lado, en cuanto al número de cafeterías, el incremento en el periodo analizado de la capital ha sido de un 50%, frente al 47,22% en la provincia.

<b>Tabla 1.12: Evolución Oferta de Restauración Burgos (2005-2017)</b>						
	<b>Restaurantes</b>			<b>Cafeterías</b>		
	<b>Total</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>	<b>Total</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>
<b>2005</b>	583	188	395	88	52	36
<b>2006</b>	609	196	413	88	51	37
<b>2007</b>	628	200	428	89	51	38
<b>2008</b>	643	205	438	94	55	39
<b>2009</b>	666	212	454	96	56	40
<b>2010</b>	690	216	474	96	56	40
<b>2011</b>	677	207	469	101	60	41
<b>2012</b>	683	211	472	105	61	44
<b>2013</b>	714	216	498	106	62	44
<b>2014</b>	732	216	516	113	65	48
<b>2015</b>	741	219	522	120	71	49
<b>2016</b>	760	228	532	127	79	48
<b>2017</b>	767	229	538	131	78	53

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

### 1.1.5 Oferta de establecimientos turísticos en Burgos 2017

Los datos de las siguientes tablas, nos permiten observar un estancamiento del sector, desde el punto de vista de la oferta en todas las comarcas en los alojamientos hoteleros y un ligero incremento en restaurantes y cafeterías, aunque se siguen observando elevadas discrepancias con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

**Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2012-2017. Datos comparados (I)**

COMARCAS	Alojamientos Hoteleros						Alojamientos de Turismo Rural					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Arlanza	28	29	30	30	30	29	40	43	38	36	35	40
Bureba Ebro	46	47	48	47	47	48	39	37	36	27	24	32
Amaya - Camino	30	31	31	32	32	31	80	84	78	61	62	70
Sierra de la Demanda	26	27	28	28	28	27	79	77	73	61	67	67
Merindades	35	35	35	36	34	34	111	113	105	74	77	99
Pinares	8	7	7	7	7	8	24	24	20	15	19	22
Ribera del Duero	32	31	32	33	34	33	89	92	85	76	77	84
Ciudad de Burgos	71	73	73	74	72	74	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>276</b>	<b>280</b>	<b>284</b>	<b>287</b>	<b>284</b>	<b>284</b>	<b>462</b>	<b>470</b>	<b>435</b>	<b>350</b>	<b>361</b>	<b>414</b>

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

**Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2012-2017. Datos comparados (II)**

COMARCAS	Apartamentos Turísticos						Campamentos Turísticos						Albergues					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Arlanza	3	3	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bureba Ebro	2	2	2	2	0	0	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2
Amaya - Camino	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
Sierra de la Demanda	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0
Merindades	4	6	7	7	7	4	4	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0
Pinares	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Ribera del Duero	3	3	4	4	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ciudad de Burgos	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

\*Datos Provisionales

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

Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2012-2017. Datos comparados (III)

COMARCAS	Restaurantes						Cafeterías					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Arlanza	79	80	80	81	81	80	4	4	4	4	4	4
Bureba Ebro	84	91	93	95	99	103	16	17	20	20	20	21
Amaya - Camino	56	59	61	63	68	68	2	2	2	2	2	3
Sierra de la Demanda	57	58	62	61	60	59	0	0	0	0	0	0
Merindades	92	98	100	100	101	102	9	9	11	12	11	11
Pinares	17	17	16	16	17	18	0	0	0	0	0	2
Ribera del Duero	93	95	104	106	106	108	12	12	11	11	11	12
Ciudad de Burgos	211	216	219	219	228	229	61	62	65	71	79	78
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>689</b>	<b>714</b>	<b>732</b>	<b>741</b>	<b>760</b>	<b>767</b>	<b>104</b>	<b>106</b>	<b>113</b>	<b>120</b>	<b>127</b>	<b>131</b>

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





## 1.2 Indicadores de la Demanda

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

### 1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

Los datos de la tabla 1.14 muestran la evolución de la demanda durante el periodo 2014-2017, en relación con los **viajeros registrados en establecimientos hoteleros**. De su análisis se puede destacar diferentes aspectos: en primer lugar, se ha producido en el 2017 un incremento anual de un 2,14%, en Burgos capital; en segundo lugar, la demanda se ha incrementado de manera destacada en la provincia (7,35%). En términos globales la demanda en el último año ha aumentado (4,46%) pero no muy por encima de la media de Castilla y León (3,62%) y del conjunto nacional (3,66%). Por otro lado, en cuanto a la evolución del número de viajeros en el periodo estudiado (2014-17), en Burgos ciudad (18,77%) el incremento ha sido mayor que el de la provincia (15,88%). Además, se observa como la evolución de Burgos (17,43%) ha sido algo menor que la que ha tenido lugar en Castilla y León (18,17%) y España (17,86%).

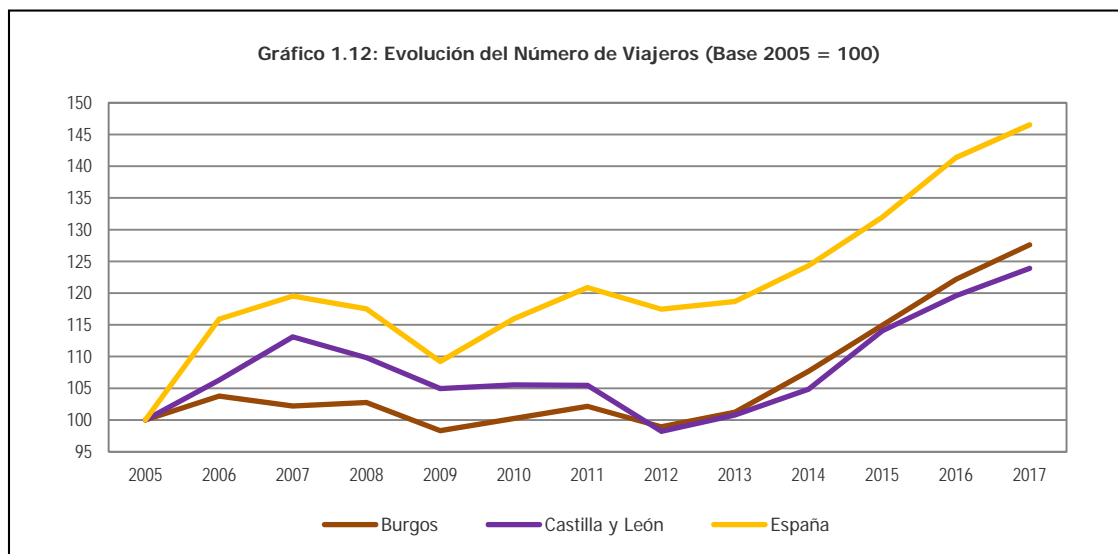
**Tabla 1.14: Número de Viajeros 2014–2017. Comparación**

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
<b>2014</b>	769.788	412.934	356.854	4.192.030	87.814.530
<b>2015</b>	814.141	442.492	371.649	4.559.683	93.216.968
<b>2016</b>	865.351	480.160	385.191	4.780.760	99.840.032
<b>2017</b>	903.956	490.450	413.515	4.953.637	103.496.999
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>4,46%</b>	<b>2,14%</b>	<b>7,35%</b>	<b>3,62%</b>	<b>3,66%</b>
<b>Variación 2014-2017</b>	<b>17,43%</b>	<b>18,77%</b>	<b>15,88%</b>	<b>18,17%</b>	<b>17,86%</b>

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

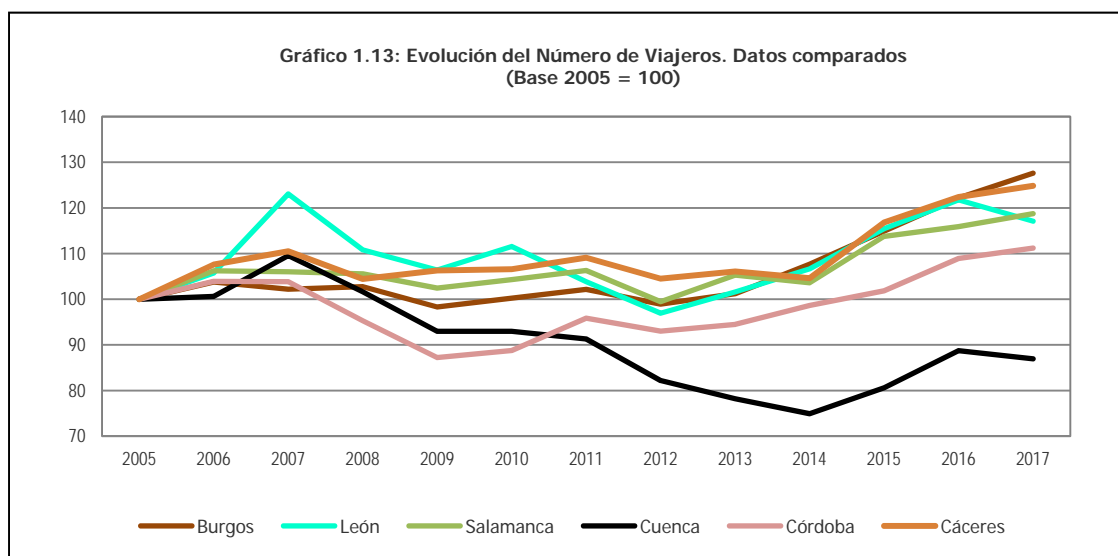
La evolución del número de viajeros, gráfico 1.12 nos permite comprobar cómo el número de viajeros en términos generales en el año 2017 se encuentra en niveles superiores a los del año base (2005), tanto para Burgos como para Castilla y León y España, además percibimos una la evolución del número de viajeros en Burgos con tendencia creciente consolidada desde el año 2012; si bien en el conjunto nacional este crecimiento ha sido mayor que el observado en Burgos y en Castilla y León.





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

En el gráfico 1.13, podemos observar que la evolución del número de viajeros en Burgos, Salamanca, León, Cáceres y Córdoba es positiva en los últimos años, siendo Cuenca la única provincia que continua con clara tendencia descendente, recuperándose ligeramente en los años 2015 y 2016.



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

Los datos de la tabla 1.15 reflejan el número de **viajeros registrados en establecimientos hoteleros**, nacionales y extranjeros, en Burgos, Castilla y León y el conjunto nacional durante los últimos cuatro años, expresado en términos absolutos; así mismo se presenta su variación en el último año, así como su evolución a lo largo del periodo.

En primer lugar, cabe destacar el crecimiento experimentado en Burgos en el 2017 en relación con los mismos de 2016 (38.605 turistas más), este crecimiento del 4,46%, ha venido determinado por la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.

En segundo lugar, este incremento registrado es superior al valor global registrado en la Comunidad de Castilla y León (3,62%), más de dos puntos por encima. Así mismo, la variación del año 2017, se encuentra por encima del valor global a nivel nacional (3,66%). Por ello, debemos destacar este importante dato del sector.

Así mismo, podemos observar que el número de turistas extranjeros ha tenido una evolución más positiva durante el periodo 2014-17 en Burgos (25,31%) que a nivel de la comunidad (24,03%) y nacional (23,50%).

**Tabla 1.15: Número de Viajeros 2014 – 2017. Comparación**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	512.240	536.713	559.229	581.211	4,20%	3,93%	13,46%
	<b>Extranjeros</b>	257.548	277.428	306.122	322.745	10,34%	5,43%	25,31%
	<b>Total</b>	<b>769.788</b>	<b>814.141</b>	<b>865.351</b>	<b>903.956</b>	<b>6,29%</b>	<b>4,46%</b>	<b>17,43%</b>
<b>Castilla y León</b>	<b>Nacionales</b>	3.240.093	3.519.133	3.669.421	3.772.948	4,27%	2,82%	16,45%
	<b>Extranjeros</b>	951.937	1.040.550	1.111.339	1.180.689	6,80%	6,24%	24,03%
	<b>Total</b>	<b>4.192.030</b>	<b>4.559.683</b>	<b>4.780.760</b>	<b>4.953.637</b>	<b>4,85%</b>	<b>3,62%</b>	<b>18,17%</b>
<b>España</b>	<b>Nacionales</b>	44.682.748	47.523.598	49.543.245	50.227.659	4,25%	1,38%	12,41%
	<b>Extranjeros</b>	43.131.782	45.693.370	50.296.787	53.269.340	10,07%	5,91%	23,50%
	<b>Total</b>	<b>87.814.530</b>	<b>93.216.968</b>	<b>99.840.032</b>	<b>103.496.999</b>	<b>7,10%</b>	<b>3,66%</b>	<b>17,86%</b>

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

En la tabla 1.16 y en el gráfico 1.14 podemos ver la evolución de la demanda, pero teniendo en cuenta diferentes provincias muy similares a la nuestra. Así, debemos destacar que en Burgos se observa el mayor incremento anual del número de viajeros (4,46%), en el año 2017, siendo Córdoba la que ocupa la segunda posición (3,73%). Un aspecto a destacar es que en Burgos el incremento es superior al de Salamanca (2,47%), y más destacado que en León (-3,83%), ambas provincias con incrementos inferiores en el número de viajeros en relación al año anterior.

Todas las provincias observadas han experimentado un crecimiento en el número de visitantes en el 2017, excepto Cuenca y León. Las provincias observadas que han experimentado un crecimiento en el número de visitantes son Burgos, Salamanca, Córdoba y Cáceres. Dicho aumento se debe en mayor parte a la afluencia de turistas extranjeros. Las provincias de León y Cuenca presentan una disminución en el número, siendo más pronunciada en León por una notable reducción de turistas extranjeros cercana al 13%.

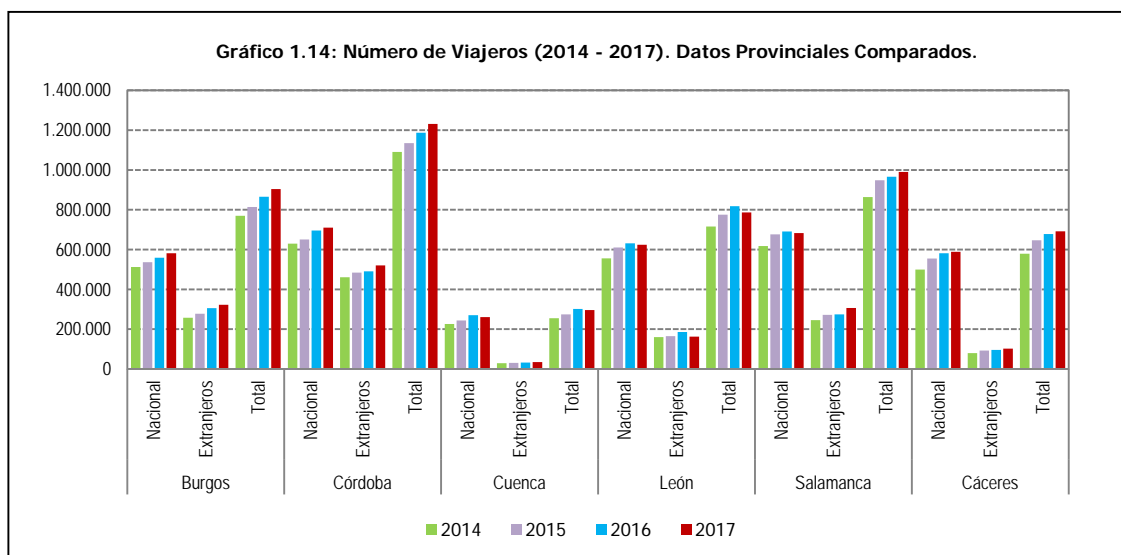
En cuanto a la evolución en el número total de viajeros (2014-17), Cáceres ocupa la primera posición experimentando un mayor incremento en el periodo (19,34%), seguida de Burgos (17,43%). Córdoba, sin embargo, se posiciona en el quinto lugar debido a su escasa variación (12,85%) y en León se observa un aumento del 9,82% durante el periodo.





		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	512.240	536.713	559.229	581.211	4,20%	3,93%	13,46%
	<b>Extranjeros</b>	257.548	277.428	306.122	322.745	10,34%	5,43%	25,31%
	<b>Total</b>	<b>769.788</b>	<b>814.141</b>	<b>865.351</b>	<b>903.956</b>	<b>6,29%</b>	<b>4,46%</b>	<b>17,43%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	630.090	650.848	696.015	710.551	6,94%	2,09%	12,77%
	<b>Extranjeros</b>	460.919	484.417	490.894	520.604	1,34%	6,05%	12,95%
	<b>Total</b>	<b>1.091.009</b>	<b>1.135.265</b>	<b>1.186.909</b>	<b>1.231.155</b>	<b>4,55%</b>	<b>3,73%</b>	<b>12,85%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	225.847	243.853	269.975	260.792	10,71%	-3,40%	15,47%
	<b>Extranjeros</b>	29.047	30.403	31.948	35.103	5,08%	9,88%	20,85%
	<b>Total</b>	<b>254.894</b>	<b>274.256</b>	<b>301.923</b>	<b>295.895</b>	<b>10,09%</b>	<b>-2,00%</b>	<b>16,09%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	555.735	610.692	631.809	624.139	3,46%	-1,21%	12,31%
	<b>Extranjeros</b>	160.417	164.671	186.000	162.338	12,95%	-12,72%	1,20%
	<b>Total</b>	<b>716.152</b>	<b>775.363</b>	<b>817.809</b>	<b>786.477</b>	<b>5,47%</b>	<b>-3,83%</b>	<b>9,82%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	617.945	676.212	691.248	683.250	2,22%	-1,16%	10,57%
	<b>Extranjeros</b>	245.538	271.818	274.652	306.533	1,04%	11,61%	24,84%
	<b>Total</b>	<b>863.483</b>	<b>948.030</b>	<b>965.900</b>	<b>989.783</b>	<b>1,88%</b>	<b>2,47%</b>	<b>14,63%</b>
<b>Cáceres</b>	<b>Nacionales</b>	499.563	554.711	581.647	588.920	4,86%	1,25%	17,89%
	<b>Extranjeros</b>	79.848	92.344	96.194	102.556	4,17%	6,61%	28,44%
	<b>Total</b>	<b>579.411</b>	<b>647.055</b>	<b>677.841</b>	<b>691.476</b>	<b>4,76%</b>	<b>2,01%</b>	<b>19,34%</b>

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



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

En los datos del resto de la provincia, sin tener en cuenta la capital, en Burgos se ha experimentado una evolución bastante positiva en el número de viajeros, aumentando un 7,35%. En todas las provincias comparadas se ha producido un crecimiento, siendo el mayor en Córdoba, con un

15,09% en el 2017, porcentaje muy satisfactorio teniendo en cuenta el aumento del 4,74% del año anterior. En Cuenca también se puede apreciar una mejora respecto al año 2016 (8,72%), sin embargo, no ocurre lo mismo en León (2,07%) produciéndose una caída de más de 10 puntos porcentuales si lo comparamos con el incremento del 12,61% en el 2016. En Salamanca (3,44%), la tendencia también es positiva, aunque en menor medida que Burgos y Cuenca (8,72%). Finalmente, Cuenca sufre una reducción en su tasa de crecimiento de más de 3 puntos (3,80%) respecto del año anterior.

Destacar que en todas las provincias se observa un aumento tanto en turistas extranjeros como nacionales, excepto en León con una disminución de turistas extranjeros del 6,73% en el año 2017 y en Salamanca con una disminución de turistas nacionales del 4,54%.

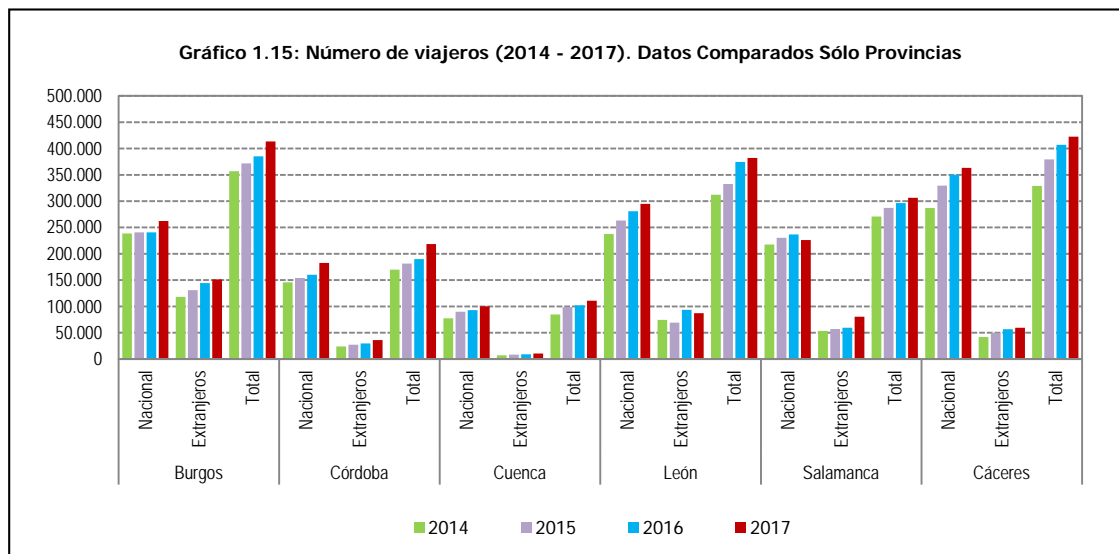
Si comparamos la evolución de las provincias en el periodo 2014-17, Cuenca y Córdoba se sitúan nuevamente en la cabeza, siguiéndolas Cáceres (28,51%) y León (13,17%). Cabe destacar la posición que ocupa la provincia de Burgos, ya que su evolución en el periodo es de 15,88%, una tasa menor que las de las otras provincias, exceptuando Salamanca (13,17%), y menor que la tasa de crecimiento del 17,43% conseguida en la provincia y capital durante el periodo.

En este apartado, también merece hacer un breve comentario sobre el aumento del número de viajeros nacionales en la provincia de Burgos, consiguiendo un crecimiento del 8,85% respecto al 2016, cifra muy satisfactoria teniendo en cuenta que la variación en ese año fue del 0,03%.

**Tabla 1.17: Número de Viajeros (2014 – 2017). Datos Comparados Sólo Provincias**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	238.578	240.791	240.868	262.193	0,03%	8,85%	9,90%
	<b>Extranjeros</b>	118.276	130.858	144.323	151.322	10,29%	4,85%	27,94%
	<b>Total</b>	<b>356.854</b>	<b>371.649</b>	<b>385.191</b>	<b>413.515</b>	<b>3,64%</b>	<b>7,35%</b>	<b>15,88%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	145.911	153.925	160.182	182.546	4,06%	13,96%	25,11%
	<b>Extranjeros</b>	23.831	27.406	29.737	36.029	8,51%	21,16%	51,19%
	<b>Total</b>	<b>169.742</b>	<b>181.331</b>	<b>189.919</b>	<b>218.575</b>	<b>4,74%</b>	<b>15,09%</b>	<b>28,77%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	77.377	90.010	93.055	100.385	3,38%	7,88%	29,73%
	<b>Extranjeros</b>	7.322	8.592	9.016	10.588	4,93%	17,44%	44,61%
	<b>Total</b>	<b>84.699</b>	<b>98.602</b>	<b>102.071</b>	<b>110.973</b>	<b>3,52%</b>	<b>8,72%</b>	<b>31,02%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	237.721	263.298	280.744	294.794	6,63%	5,00%	24,01%
	<b>Extranjeros</b>	74.382	69.124	93.596	87.298	35,40%	-6,73%	17,36%
	<b>Total</b>	<b>312.103</b>	<b>332.422</b>	<b>374.340</b>	<b>382.092</b>	<b>12,61%</b>	<b>2,07%</b>	<b>22,42</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	217.483	230.354	236.884	226.126	2,83%	-4,54%	3,97%
	<b>Extranjeros</b>	53.354	57.008	59.433	80.383	4,25%	35,25%	50,66%
	<b>Total</b>	<b>270.837</b>	<b>287.362</b>	<b>296.317</b>	<b>306.509</b>	<b>3,12%</b>	<b>3,44%</b>	<b>13,17%</b>
<b>Cáceres</b>	<b>Nacionales</b>	286.878	329.365	350.276	363.191	6,35%	3,69%	26,60%
	<b>Extranjeros</b>	41.951	49.883	56.844	59.391	13,95%	4,48%	41,57%
	<b>Total</b>	<b>328.829</b>	<b>379.248</b>	<b>407.120</b>	<b>422.582</b>	<b>7,35%</b>	<b>3,80%</b>	<b>28,51%</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 observar cómo en el periodo 2014-2017 se ha producido un incremento del 2,62% en 2017 respecto a 2016 y del 20,26% respecto a 2014 en términos globales en Burgos. Este hecho ha venido motivado por el incremento en las pernoctaciones en provincia de turistas nacionales (10,66%). Realizando una comparación con la evolución de las pernoctaciones en Castilla y León (4,11%) y España (2,68%), Burgos se encuentra con un crecimiento menor que ambos. En cuanto a la evolución del número de pernoctaciones en el periodo, Burgos ha experimentado un incremento mayor que el nacional (15,17%) pero ligeramente menor que el de la comunidad (20,56%).

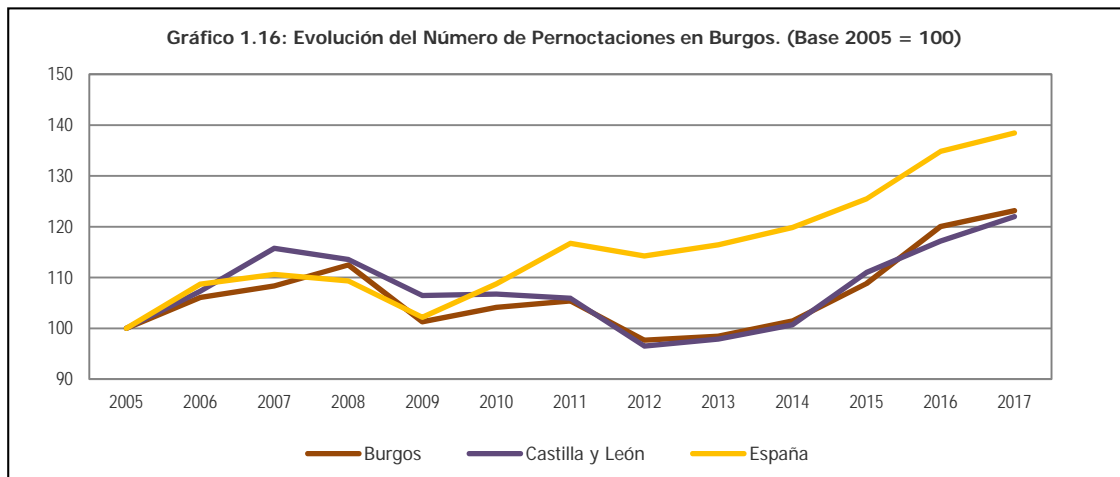
Además, a pesar de que la ciudad de Burgos tenga una pequeña variación con respecto al año anterior (0,15%), su tasa de variación a lo largo de los cuatro años estudiados es mayor que la de la provincia de Burgos (18,05%), y que la del total de Burgos, Castilla y León y España.

**Tabla 1.18: Número de Pernoctaciones 2014–2017. Comparación**

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
<b>2014</b>	1.114.559	596.868	517.691	6.783.602	295.260.629
<b>2015</b>	1.184.178	659.466	524.712	7.441.563	308.235.727
<b>2016</b>	1.306.154	728.087	578.067	7.855.173	331.168.945
<b>2017</b>	1.340.313	729.165	611.148	8.178.049	340.037.165
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>2,62%</b>	<b>0,15%</b>	<b>5,72%</b>	<b>4,11%</b>	<b>2,68%</b>
<b>Variación 2014-2017</b>	<b>20,26%</b>	<b>22,17%</b>	<b>18,05%</b>	<b>20,56%</b>	<b>15,17%</b>

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





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

Al analizar el número de pernoctaciones tanto de nacionales como de extranjeros en el periodo 2014-2017, podemos apreciar que el número de pernoctaciones de turistas extranjeros en la provincia de Burgos (0,73%) ha llegado a un incremento mucho menor que en el año 2016 (14,80%). A nivel nacional, el crecimiento de los extranjeros nacionales (0,70%) ha aumentado en menor cuantía que en el año 2016 (3,61%).

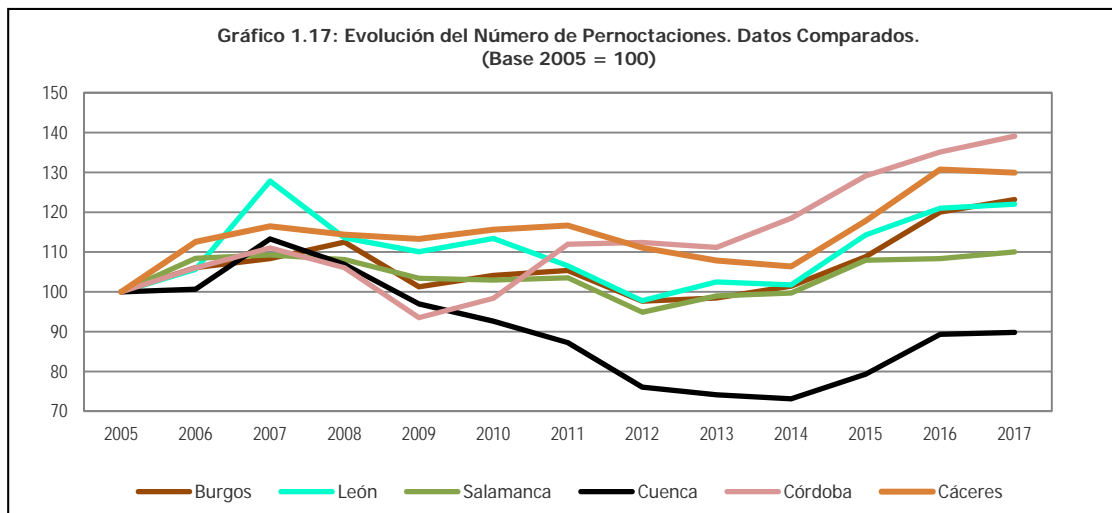
Así mismo, en cuanto a la evolución a lo largo del periodo, otro aspecto a tener en cuenta es que la tasa de variación es mayor en los turistas extranjeros que nacionales a nivel provincial, autonómico y nacional.

**Tabla 1.19: Número de Pernoctaciones 2014 – 2017. Comparación**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	789.534	828.342	897.669	928.835	8,37%	3,47%	17,64%
	<b>Extranjeros</b>	325.025	355.836	408.485	411.478	14,80%	0,73%	26,60%
	<b>Total</b>	<b>1.114.559</b>	<b>1.184.178</b>	<b>1.306.154</b>	<b>1.340.313</b>	<b>10,30%</b>	<b>2,62%</b>	<b>20,26%</b>
<b>Castilla y León</b>	<b>Nacionales</b>	5.386.095	5.907.548	6.198.218	6.425.997	4,92%	3,67%	19,31%
	<b>Extranjeros</b>	1.397.507	1.397.507	1.656.955	1.752.052	8,01%	5,74%	25,37%
	<b>Total</b>	<b>6.783.602</b>	<b>7.441.563</b>	<b>7.855.173</b>	<b>8.178.049</b>	<b>5,56%</b>	<b>4,11%</b>	<b>20,56%</b>
<b>España</b>	<b>Nacionales</b>	104.729.888	110.254.904	114.239.133	115.036.697	3,61%	0,70%	9,84%
	<b>Extranjeros</b>	190.530.741	197.980.823	216.929.812	225.000.468	9,57%	3,72%	18,09%
	<b>Total</b>	<b>295.260.629</b>	<b>308.235.727</b>	<b>331.168.945</b>	<b>340.037.165</b>	<b>7,44%</b>	<b>2,68%</b>	<b>15,17%</b>

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

La evolución en el número de pernoctaciones en las ciudades tomadas como referencia, destacamos a Córdoba como la provincia que mayor incremento ha experimentado en los últimos años y a Cuenca como la provincia donde más se ha acentuado la disminución en el número de pernoctaciones. Centrándonos en las provincias de Castilla y León, observamos que en León las cifras se asemejan a las de Burgos teniendo una acentuada diferencia con Salamanca.



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

La tabla 1.20 y el gráfico 1.18 nos permiten observar la evolución de las pernoctaciones en el periodo 2014-2017 en las provincias de referencia.

En primer lugar, si analizamos los incrementos del número de pernoctaciones en el año 2017 en el conjunto de datos provinciales (tabla 1.18), podemos observar que el mayor incremento se produce en Córdoba con un 2,95%, porcentaje muy similar al de Burgos con un 2,62%. Salamanca se encuentra en tercer lugar (1,54%) con una disminución en las pernoctaciones de nacionales (-1,42%), está estrechamente relacionada con la disminución del número de turistas nacionales en esta provincia. Igualmente ocurre con Cáceres y Cuenca, cuyas disminuciones en pernoctaciones de turistas nacionales son -0,90% y -1,38%, respectivamente. Además, estas dos provincias tienen tasas muy bajas, llegando a disminuir el número de pernoctaciones en la provincia de Cáceres (-0,62%). En León hay una reducción del número de pernoctaciones de extranjeros bastante pronunciada (-4,10%), básicamente debida a la disminución del 12,72% de estos turistas.

Por otro lado, si observamos las tasas de evolución en el periodo 2014-2017 la provincia con mayor tasa de crecimiento en estos años es Cáceres (22,14%), seguida de Cuenca (22,09%). Las tasas menores son de Córdoba (15,63%) y Salamanca (9,74%).

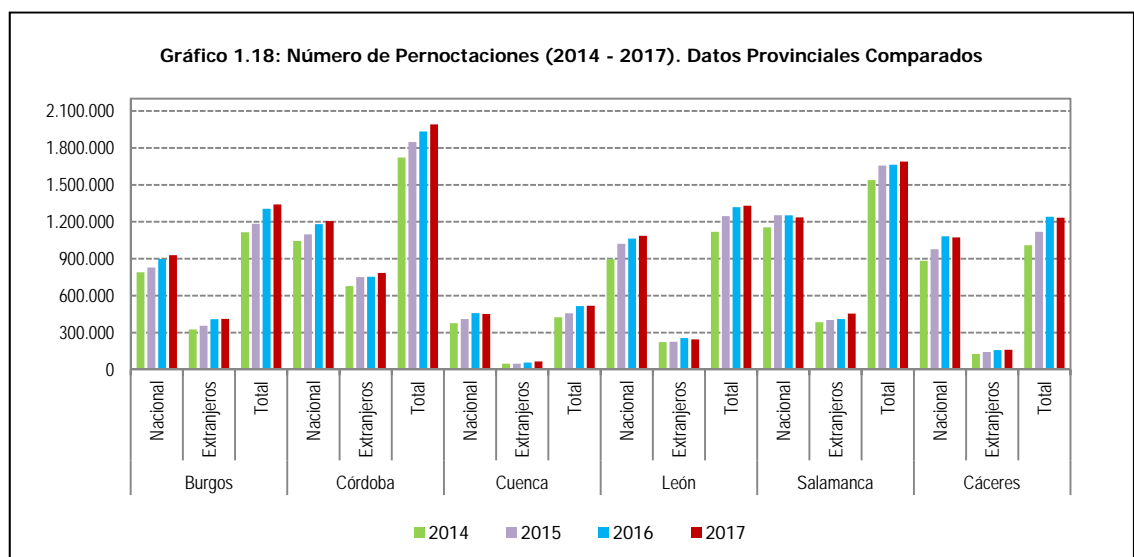




**Tabla 1.20: Número de Pernoctaciones 2014 -2017. Datos Provinciales Comparados**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	789.534	828.342	897.669	928.835	8,37%	3,47%	17,64%
	<b>Extranjeros</b>	325.025	355.836	408.485	411.478	14,80%	0,73%	26,60%
	<b>Total</b>	<b>1.114.559</b>	<b>1.184.178</b>	<b>1.306.154</b>	<b>1.340.313</b>	<b>10,30%</b>	<b>2,62%</b>	<b>20,26%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	1.043.923	1.098.008	1.181.126	1.205.859	7,57%	2,09%	15,51%
	<b>Extranjeros</b>	677.819	750.035	752.775	785.033	0,37%	4,29%	15,82%
	<b>Total</b>	<b>1.721.742</b>	<b>1.848.043</b>	<b>1.933.901</b>	<b>1.990.892</b>	<b>4,65%</b>	<b>2,95%</b>	<b>15,63%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	376.287	409.513	458.364	452.046	11,93%	-1,38%	20,13%
	<b>Extranjeros</b>	47.551	47.471	56.353	65.409	18,71%	16,07%	37,56%
	<b>Total</b>	<b>423.838</b>	<b>456.984</b>	<b>514.717</b>	<b>517.455</b>	<b>12,63%</b>	<b>0,53%</b>	<b>22,09%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	895.964	1.021.284	1.064.259	1.085.937	4,21%	2,04%	21,20%
	<b>Extranjeros</b>	222.737	224.702	254.686	244.250	13,34%	-4,10%	9,66%
	<b>Total</b>	<b>1.118.701</b>	<b>1.245.986</b>	<b>1.318.945</b>	<b>1.330.187</b>	<b>5,86%</b>	<b>0,85%</b>	<b>18,90%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	1.155.090	1.254.457	1.252.938	1.235.131	-0,12%	-1,42%	6,93%
	<b>Extranjeros</b>	383.885	402.505	410.308	453.699	1,94%	10,58%	18,19%
	<b>Total</b>	<b>1.538.975</b>	<b>1.656.962</b>	<b>1.663.246</b>	<b>1.688.830</b>	<b>0,38%</b>	<b>1,54%</b>	<b>9,74%</b>
<b>Cáceres</b>	<b>Nacionales</b>	882.630	976.475	1.082.667	1.072.961	10,88%	-0,90%	21,56%
	<b>Extranjeros</b>	127.105	142.231	158.323	160.352	11,31%	1,28%	26,16%
	<b>Total</b>	<b>1.009.735</b>	<b>1.118.706</b>	<b>1.240.990</b>	<b>1.233.313</b>	<b>10,93%</b>	<b>-0,62%</b>	<b>22,14%</b>

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



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

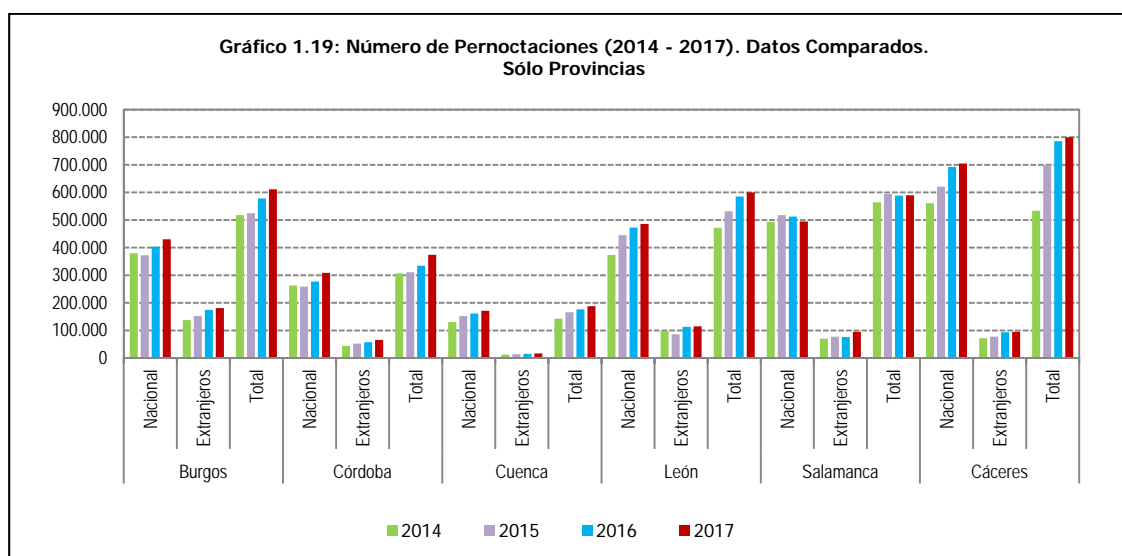
Si analizamos los datos de las diferentes provincias sin tener en cuenta la capital, podemos percibir como la provincia de Cuenca se sitúa con la segunda tasa de crecimiento mayor (6,48%) y Salamanca (0,17%) con la peor tasa de crecimiento entre todas las provincias analizadas.

Además, la provincia de Burgos (5,72%) crece en 2017 más que León (2,58%) y Salamanca con respecto al año anterior, aunque la provincia de León (27,24%) tenga una tasa de variación con respecto el 2014 superior a Burgos (18,05%) y muy superior a Salamanca (4,55%).

**Tabla 1.21: Número de Pernoctaciones 2014 -2017. Datos Comparados Sólo Provincias**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	380.002	372.520	403.684	430.248	8,37%	6,58%	13,22%
	Extranjeros	137.689	152.192	174.383	180.900	14,58%	3,74%	31,38%
	<b>Total</b>	<b>517.691</b>	<b>524.712</b>	<b>578.067</b>	<b>611.148</b>	<b>10,17%</b>	<b>5,72%</b>	<b>18,05%</b>
Córdoba	Nacionales	262.964	258.604	276.943	308.774	7,09%	11,49%	17,42%
	Extranjeros	43.669	52.170	57.587	65.412	10,38%	13,59%	49,79%
	<b>Total</b>	<b>306.633</b>	<b>310.774</b>	<b>334.530</b>	<b>374.186</b>	<b>7,64%</b>	<b>11,85%</b>	<b>22,03%</b>
Cuenca	Nacionales	130.339	152.073	161.340	170.896	6,09%	5,92%	31,12%
	Extranjeros	12.299	14.059	15.233	17.120	8,35%	12,39%	39,20%
	<b>Total</b>	<b>142.638</b>	<b>166.132</b>	<b>176.573</b>	<b>188.016</b>	<b>6,28%</b>	<b>6,48%</b>	<b>31,81%</b>
León	Nacionales	373.513	445.278	472.293	485.650	6,07%	2,83%	30,02%
	Extranjeros	98.233	86.134	112.850	114.613	31,02%	1,56%	16,67%
	<b>Total</b>	<b>471.746</b>	<b>531.412</b>	<b>585.143</b>	<b>600.263</b>	<b>10,11%</b>	<b>2,58%</b>	<b>27,24%</b>
Salamanca	Nacionales	493.400	517.510	512.655	494.663	-0,94%	-3,51%	0,26%
	Extranjeros	70.480	77.125	75.892	94.877	-1,60%	25,02%	34,62%
	<b>Total</b>	<b>563.880</b>	<b>594.635</b>	<b>588.547</b>	<b>589.540</b>	<b>-1,02%</b>	<b>0,17%</b>	<b>4,55%</b>
Cáceres	Nacionales	561.218	620.703	692.378	704.583	11,55%	1,76%	25,55%
	Extranjeros	72.099	78.028	93.310	95.204	19,59%	2,03%	32,05%
	<b>Total</b>	<b>533.317</b>	<b>698.731</b>	<b>785.688</b>	<b>799.787</b>	<b>12,44%</b>	<b>1,79%</b>	<b>49,96%</b>

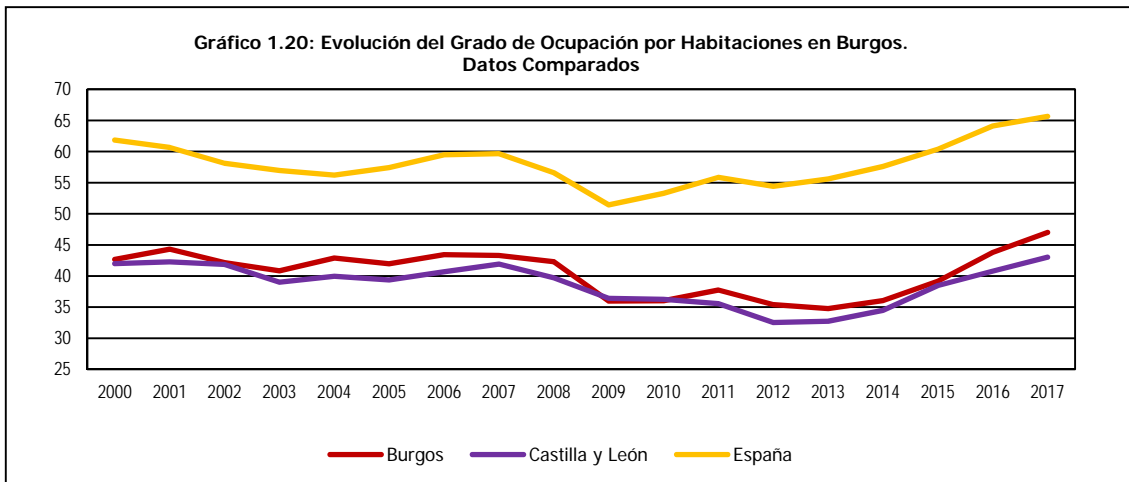
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



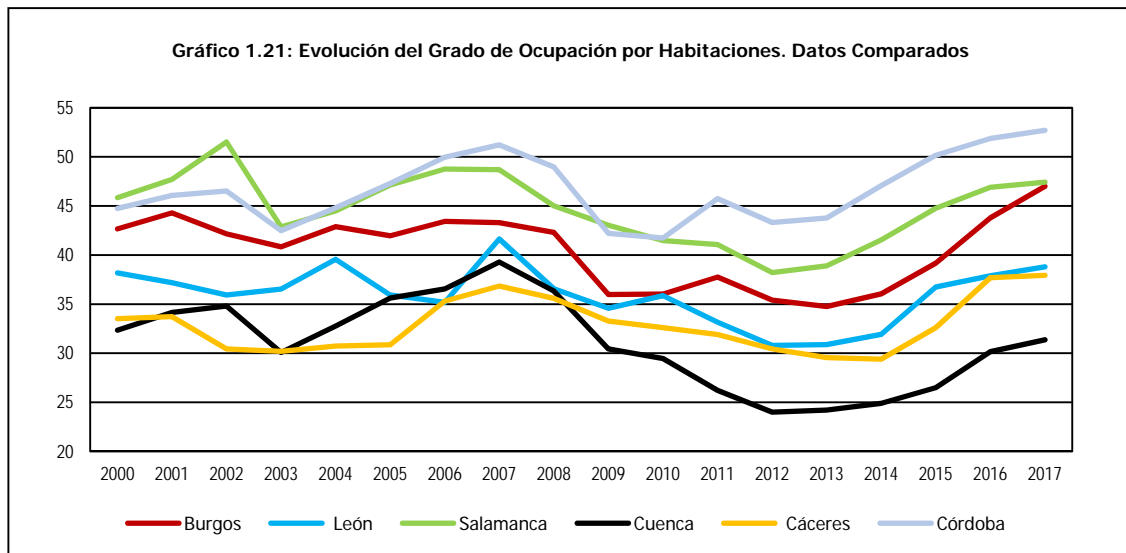
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

En relación al **Grado de Ocupación por Habitaciones** (gráfico 1.20) observamos que, tanto en Castilla y León como en Burgos, desde el año 2000 presentan valores en torno al 42% de ocupación, porcentaje que tiende a disminuir desde 2008, situándose en valores próximos al 33 o 34% y que entre 2012 y 2017 se incrementa al igual que en el resto de ciudades consideradas (gráfico 1.21). En el año 2017 se observa una pequeña diferencia entre Burgos (47%) y la comunidad (43%). A nivel nacional se observa una ocupación superior al 60% en el año 2000, con una tendencia decreciente hasta el año 2009, y un progresivo crecimiento hasta el año 2017, situándose en torno al 66% en el último año.

Si comparamos las diferentes provincias, Córdoba (52,70%) tiene el mayor grado de ocupación hotelera por habitaciones, seguida de Salamanca (47,42%) y Burgos (47%). La provincia de Cuenca es donde se observa un menor grado de ocupación (31,37%).



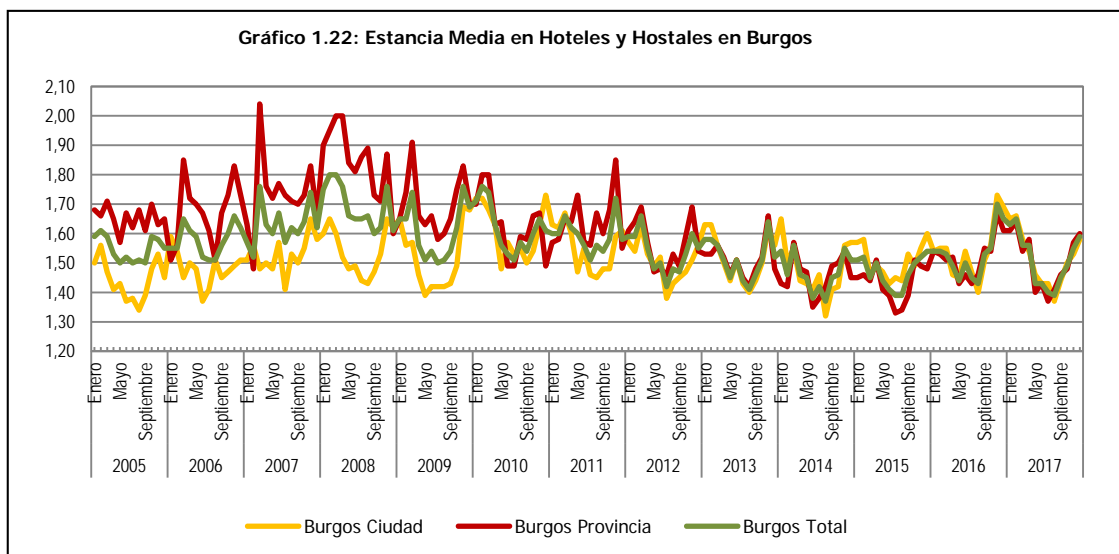
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



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







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

### 1.2.2. Alojamientos de Turismo Rural

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

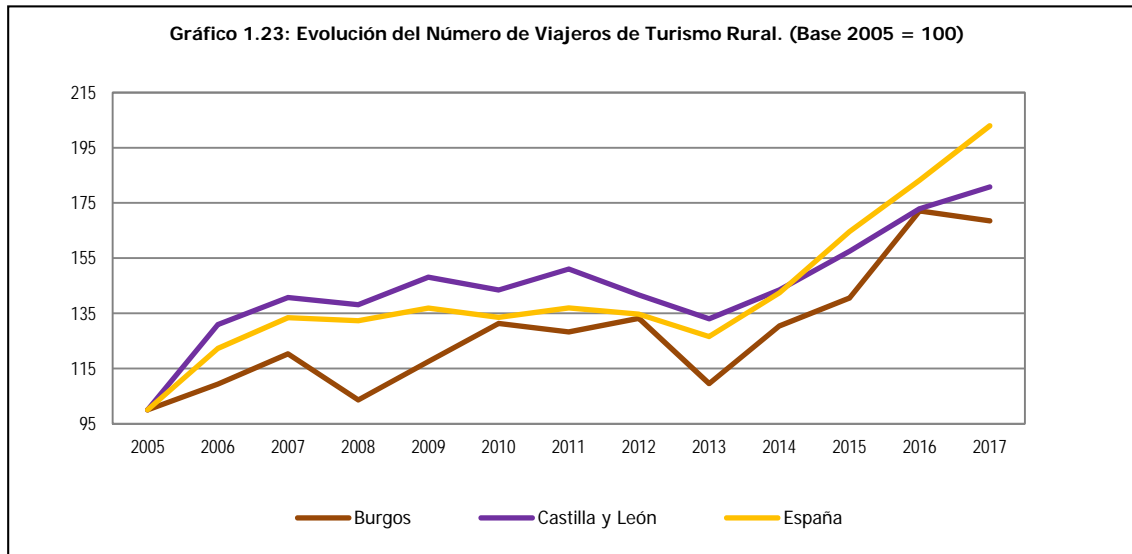
La evolución del **número de viajeros y pernoctaciones en turismo rural** durante el periodo 2014-2017 mantuvo una tendencia creciente en Burgos (29,23%) aunque en 2017 se reduce el número de viajeros respecto al 2016 (-1,97%). Se produce un aumento del número de pernoctaciones en Burgos, Castilla y León y España (6,29%, 4,57% y 10,68%, respectivamente). En ambos casos, la tasa de crecimiento en el periodo es mayor en Burgos que en la comunidad, siendo para el número de viajeros 29,23% y 26% respectivamente y para el número de pernoctaciones 28,80% y 22,68% respectivamente.

**Tabla 1.22: Número de Viajeros y Pernoctaciones en Alojamientos de Turismo Rural. 2014-2017. Comparación**

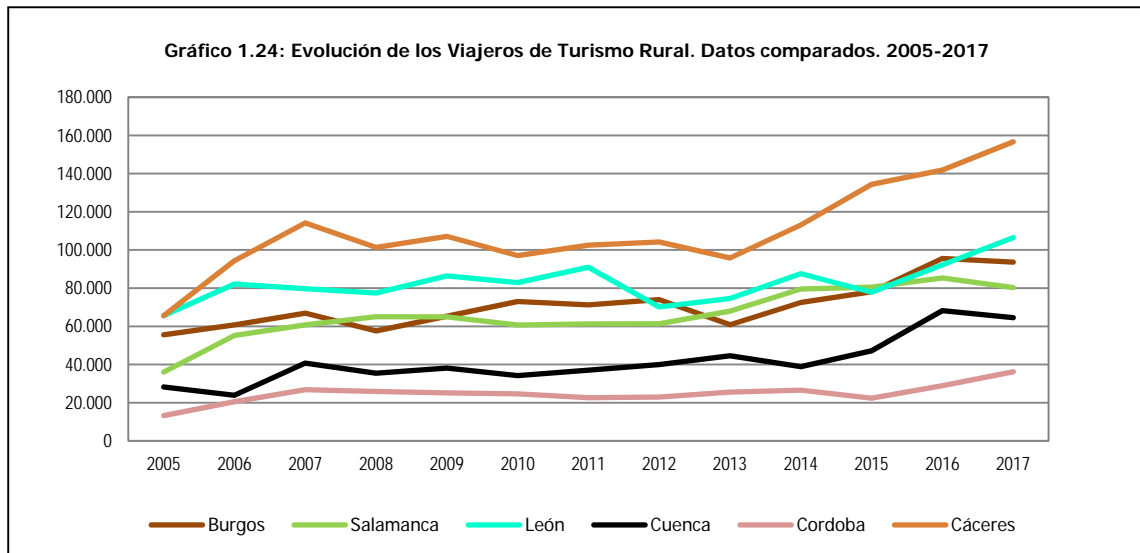
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Burgos	Castilla y león	España	Burgos	Castilla y León	España
<b>2014</b>	72.456	593.918	2.822.946	157.891	1.355.927	7.750.576
<b>2015</b>	78.106	651.916	3.264.188	161.571	1.439.413	8.825.066
<b>2016</b>	95.633	715.702	3.633.620	191.325	1.590.690	9.922.064
<b>2017</b>	93.633	748.308	4.023.983	203.363	1.663.423	10.982.083
<b>Variación 2016-2017</b>	<b>-1,97%</b>	<b>4,56%</b>	<b>10,74%</b>	<b>6,29%</b>	<b>4,57%</b>	<b>10,68%</b>
<b>Variación 2014-2017</b>	<b>29,23%</b>	<b>26,00%</b>	<b>42,55%</b>	<b>28,80%</b>	<b>22,68%</b>	<b>41,69%</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.



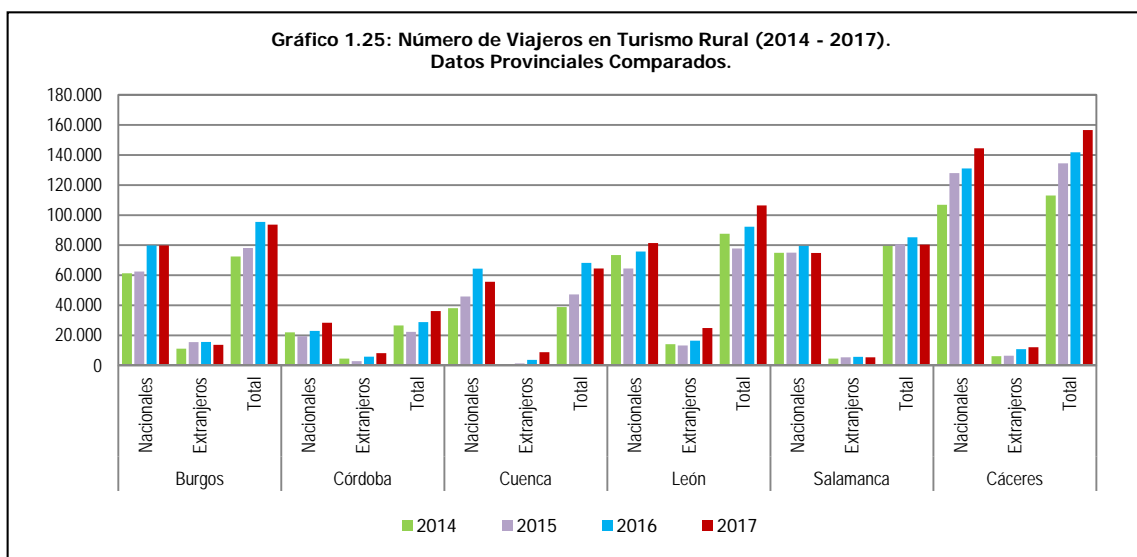
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

En la evolución del número de viajeros en Turismo Rural, tabla 1.23, se puede observar que a pesar de la tasa anual negativa de Burgos (-1,97%) en 2017 frente a un fuerte incremento anual observado en 2016 (22,29%), estos resultados son mejores que los de Salamanca (-5,82%) y Cuenca (-5,38%) donde el número de viajeros tanto nacionales como extranjeros ha disminuido considerablemente. En Cuenca, llama la atención el incremento del número de turistas extranjeros respecto al año 2016 (134,65%) y respecto al año 2014 (1053,98%). Estas elevadas tasas de variación se deben a la pequeña cifra de turistas extranjeros (767) de la que se partía al inicio del periodo.



		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	61.308	62.527	79.837	79.860	27,68%	0,03%	30,26%
	<b>Extranjeros</b>	11.148	15.579	15.678	13.773	0,64%	-12,15%	23,55%
	<b>Total</b>	<b>72.456</b>	<b>78.106</b>	<b>95.515</b>	<b>93.633</b>	<b>22,29%</b>	<b>-1,97%</b>	<b>29,23%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	22.013	19.529	23.004	28.471	17,79%	23,77%	29,34%
	<b>Extranjeros</b>	4.590	2.836	5.886	8.227	107,55%	39,77%	79,24%
	<b>Total</b>	<b>26.603</b>	<b>22.365</b>	<b>28.890</b>	<b>36.198</b>	<b>29,18%</b>	<b>27,03%</b>	<b>36,07%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	38.128	45.854	64.447	55.701	40,55%	-13,57%	46,09%
	<b>Extranjeros</b>	767	1.368	3.772	8.851	175,73%	134,65%	1053,98%
	<b>Total</b>	<b>38.895</b>	<b>47.222</b>	<b>68.219</b>	<b>64.552</b>	<b>44,46%</b>	<b>-5,38%</b>	<b>65,96%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	73.410	64.477	75.790	81.477	17,55%	7,50%	10,99%
	<b>Extranjeros</b>	14.149	13.354	16.444	24.935	23,14%	51,64%	76,23%
	<b>Total</b>	<b>87.559</b>	<b>77.831</b>	<b>92.234</b>	<b>106.412</b>	<b>18,51%</b>	<b>15,37%</b>	<b>21,53%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	74.935	75.058	79.540	74.855	5,97%	-5,89%	-0,11%
	<b>Extranjeros</b>	4.615	5.478	5.746	5.465	4,89%	-4,89%	18,42%
	<b>Total</b>	<b>79.548</b>	<b>80.536</b>	<b>85.286</b>	<b>80.320</b>	<b>5,90%</b>	<b>-5,82%</b>	<b>0,97%</b>
<b>Cáceres</b>	<b>Nacionales</b>	106.889	127.891	130.980	144.494	2,42%	10,32%	35,18%
	<b>Extranjeros</b>	6.159	6.498	10.817	12.123	66,47%	12,07%	96,83%
	<b>Total</b>	<b>113.048</b>	<b>134.389</b>	<b>141.797</b>	<b>156.617</b>	<b>5,51%</b>	<b>10,45%</b>	<b>38,54%</b>

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



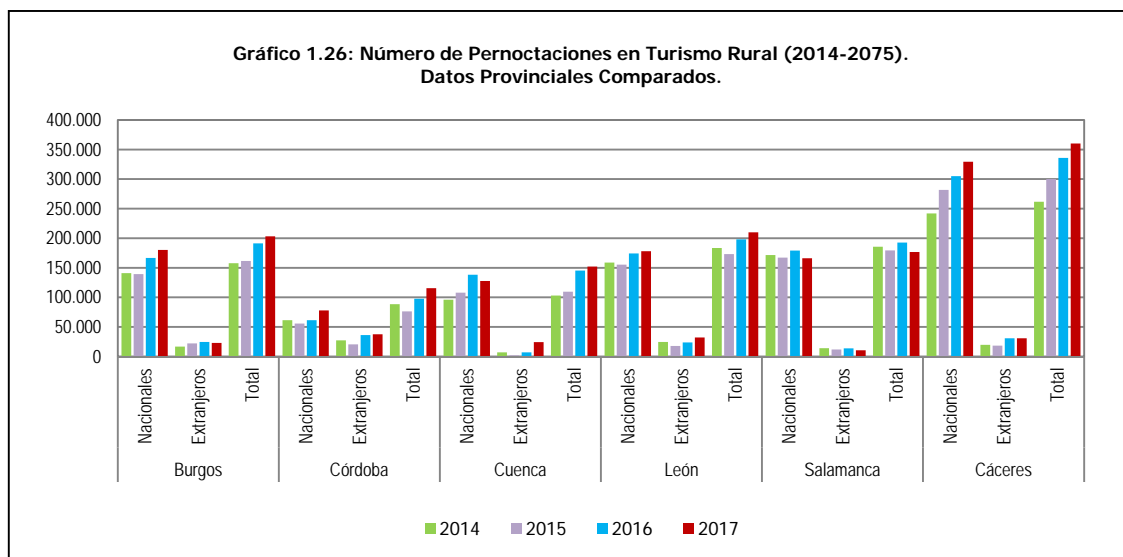
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

Las tablas 1.24 y 1.25 muestran la evolución del número de pernoctaciones experimentadas en el periodo 2014-2017. En la tabla 1.24, si analizamos la evolución en 2017 respecto al 2016, en Burgos se observa un aumento del 6,29%, principalmente por el incremento de los viajeros nacionales (8,08%) pues las pernoctaciones de los extranjeros han disminuido un -5,84%. La variación anual en 2017 en el número de pernoctaciones en Burgos ha sido mayor que el observado en Castilla y León (4,57%) pero menor que al del conjunto nacional (10,68%). Sin embargo, en Burgos en 2016 la variación anual (18,42%) ha sido mayor que a la observada en Castilla y León (10,51%) y al conjunto nacional (12,43%).

En la tabla 1.25 se recoge la evolución de las pernoctaciones en el periodo 2014-2017 comparando las cinco provincias de referencia. Córdoba se sitúa por delante de todas las provincias objeto de análisis con un incremento del 18,23%, seguida de Cáceres con un 7,20% y de Burgos con un 6,29%. La peor evolución de las pernoctaciones es la experimentada por Salamanca, que registra una disminución del 8,31%, seguida de Cuenca con un 4,55% y León con un 6,03%. En cuanto a la tasa de evolución a lo largo del periodo estudiado, Burgos (28,80%) se sitúa en el cuarto lugar después de Cuenca (47,52%), Cáceres (37,56%) y Córdoba (30,36%).

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	141.007	139.393	166.763	180.236	19,64%	8,08%	27,82%
	<b>Extranjeros</b>	16.884	22.178	24.562	23.127	10,75%	-5,84%	36,98%
	<b>Total</b>	<b>157.891</b>	<b>161.571</b>	<b>191.325</b>	<b>203.363</b>	<b>18,42%</b>	<b>6,29%</b>	<b>28,80%</b>
<b>Castilla y León</b>	<b>Nacionales</b>	1.262.598	1.346.028	1.481.562	1.552.162	10,07%	4,77%	22,93%
	<b>Extranjeros</b>	93.329	93.384	109.130	111.260	16,86%	1,95%	19,21%
	<b>Total</b>	<b>1.355.927</b>	<b>1.439.413</b>	<b>1.590.690</b>	<b>1.663.423</b>	<b>10,51%</b>	<b>4,57%</b>	<b>22,68%</b>
<b>España</b>	<b>Nacionales</b>	5.817.490	6.674.539	7.354.228	8.005.577	10,18%	8,86%	37,61%
	<b>Extranjeros</b>	1.933.086	2.150.528	2.567.835	2.976.506	19,40%	15,92%	53,98%
	<b>Total</b>	<b>7.750.576</b>	<b>8.825.066</b>	<b>9.922.064</b>	<b>10.982.083</b>	<b>12,43%</b>	<b>10,68%</b>	<b>41,69%</b>

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

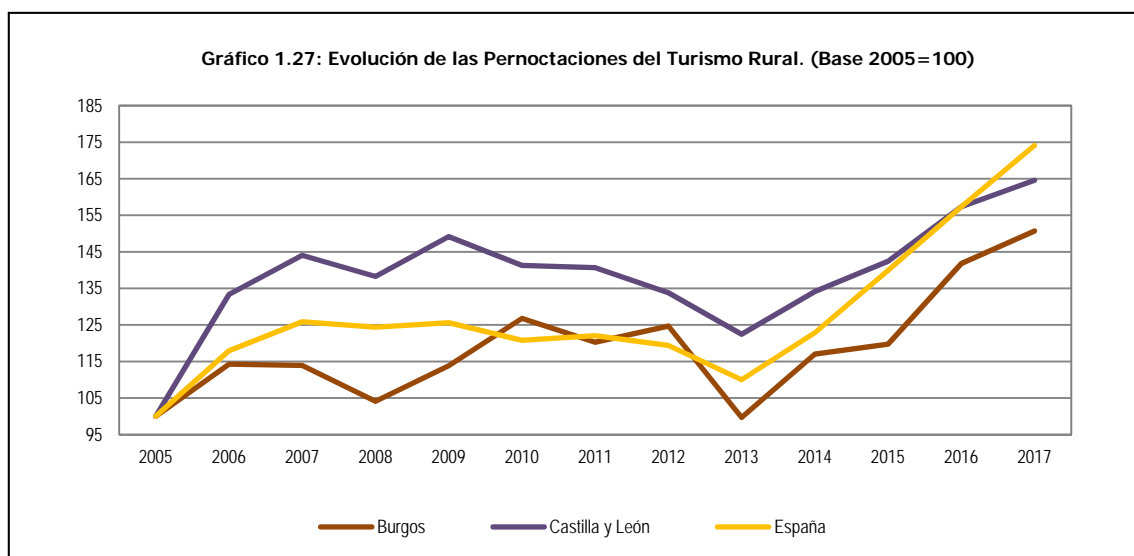


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

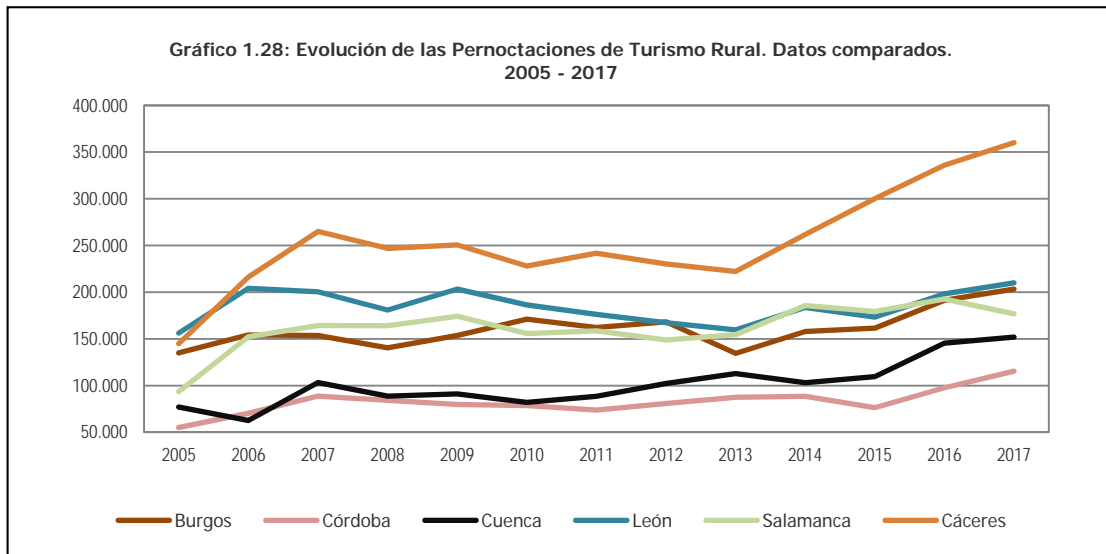
**Tabla 1.25: Número de Pernoctaciones en Turismo Rural (2014 – 2017). Datos Provinciales Comparados**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	141.007	139.393	166.763	180.236	19,64%	8,08%	27,82%
	<b>Extranjeros</b>	16.884	22.178	24.562	23.127	10,75%	-5,84%	36,98%
	<b>Total</b>	<b>157.891</b>	<b>161.571</b>	<b>191.325</b>	<b>203.363</b>	<b>18,42%</b>	<b>6,29%</b>	<b>28,80%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	61.299	55.794	61.365	77.834	9,98%	26,84%	26,97%
	<b>Extranjeros</b>	27.282	20.580	36.306	37.640	76,41%	3,67%	37,97%
	<b>Total</b>	<b>88.581</b>	<b>76.374</b>	<b>97.671</b>	<b>115.474</b>	<b>27,89%</b>	<b>18,23%</b>	<b>30,36%</b>
<b>Cuenca</b>	<b>Nacionales</b>	96.104	107.859	138.238	127.722	28,17%	-7,61%	32,90%
	<b>Extranjeros</b>	6.925	1.801	7.135	24.271	296,17%	240,17%	250,48%
	<b>Total</b>	<b>103.029</b>	<b>109.660</b>	<b>145.373</b>	<b>151.993</b>	<b>32,57%</b>	<b>4,55%</b>	<b>47,52%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	158.952	155.319	174.319	177.948	12,23%	2,08%	11,95%
	<b>Extranjeros</b>	24.635	17.968	23.793	32.114	32,42%	34,97%	30,36%
	<b>Total</b>	<b>183.587</b>	<b>173.287</b>	<b>198.112</b>	<b>210.062</b>	<b>14,33%</b>	<b>6,03%</b>	<b>14,42%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	171.605	167.274	179.119	166.171	7,08%	-7,23%	-3,17%
	<b>Extranjeros</b>	14.000	12.032	13.664	10.589	13,56%	-22,50%	-24,36%
	<b>Total</b>	<b>185.605</b>	<b>179.306</b>	<b>192.783</b>	<b>176.760</b>	<b>7,52%</b>	<b>-8,31%</b>	<b>-4,77%</b>
<b>Cáceres</b>	<b>Nacionales</b>	241.962	281.749	305.028	329.392	8,26%	7,99%	36,13%
	<b>Extranjeros</b>	19.834	18.303	30.915	30.747	68,91%	-0,54%	55,02%
	<b>Total</b>	<b>261.796</b>	<b>300.052</b>	<b>335.943</b>	<b>360.139</b>	<b>11,96%</b>	<b>7,20%</b>	<b>37,56%</b>

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

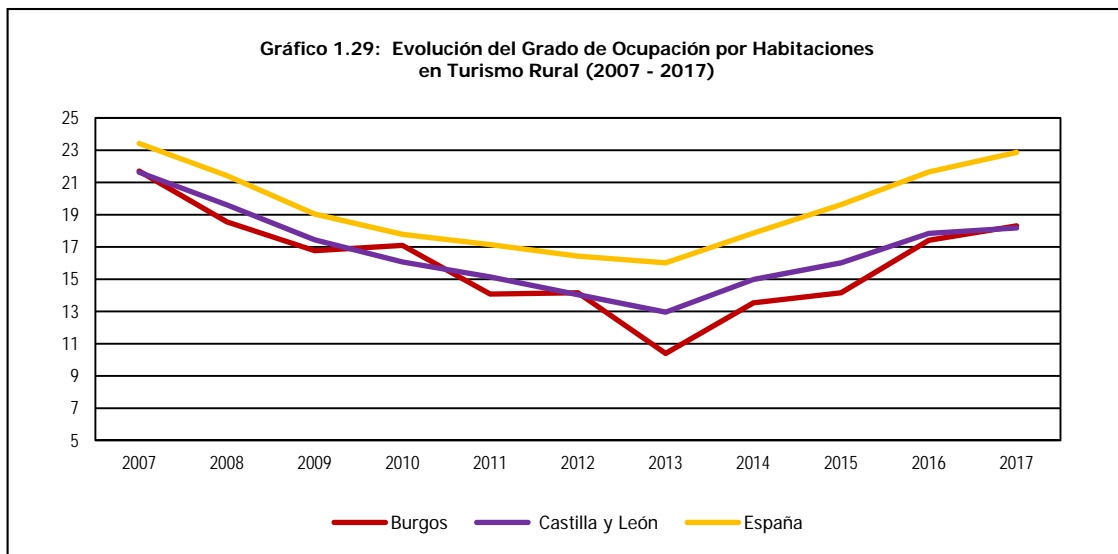


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



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

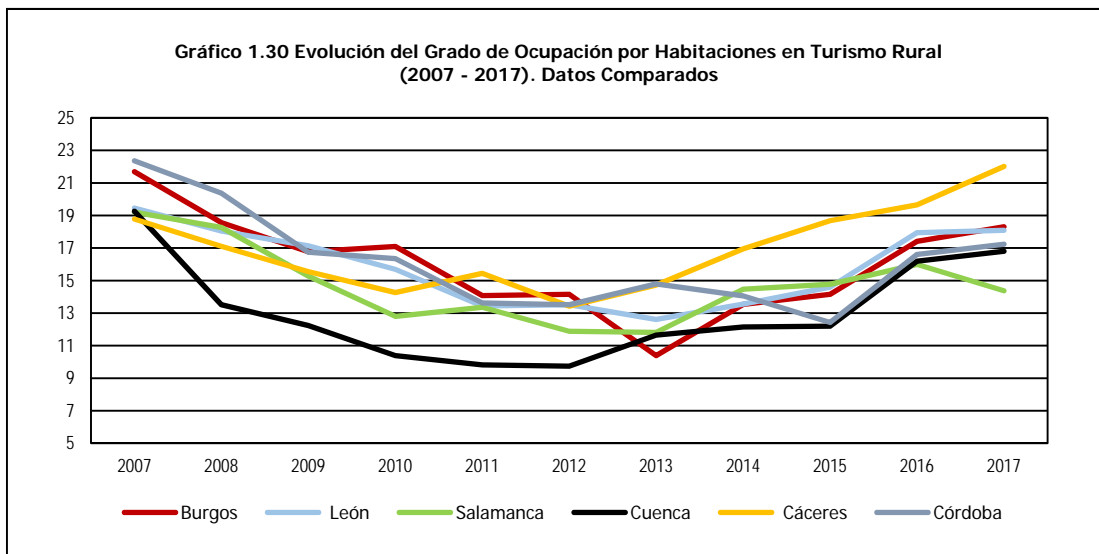
En relación al **grado de ocupación de habitaciones en turismo rural** observamos que a nivel global en la actualidad se sitúa a niveles inferiores al año 2007, pero con un notable aumento de la ocupación en el último año tanto en Burgos como en Castilla y León y España (gráfico 1.29). Si tenemos en cuenta las provincias de referencia, también observamos un leve incremento, aunque más acentuado en Cáceres y una disminución notable en Salamanca, y todas ellas se sitúan en términos absolutos entre 14,37 y 22 en el grado de ocupación de habitaciones en turismo rural (gráfico 1.30).



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

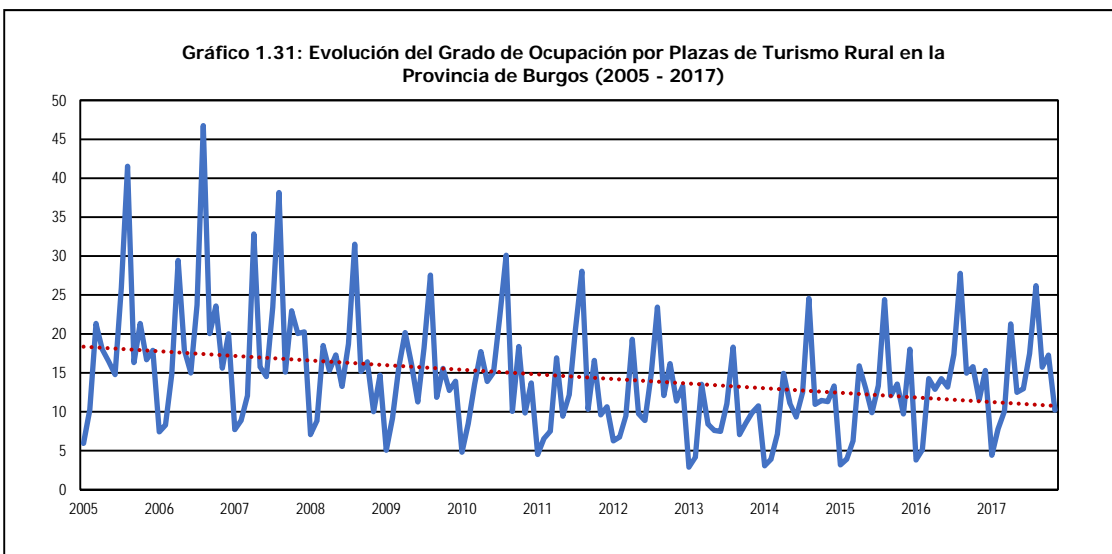






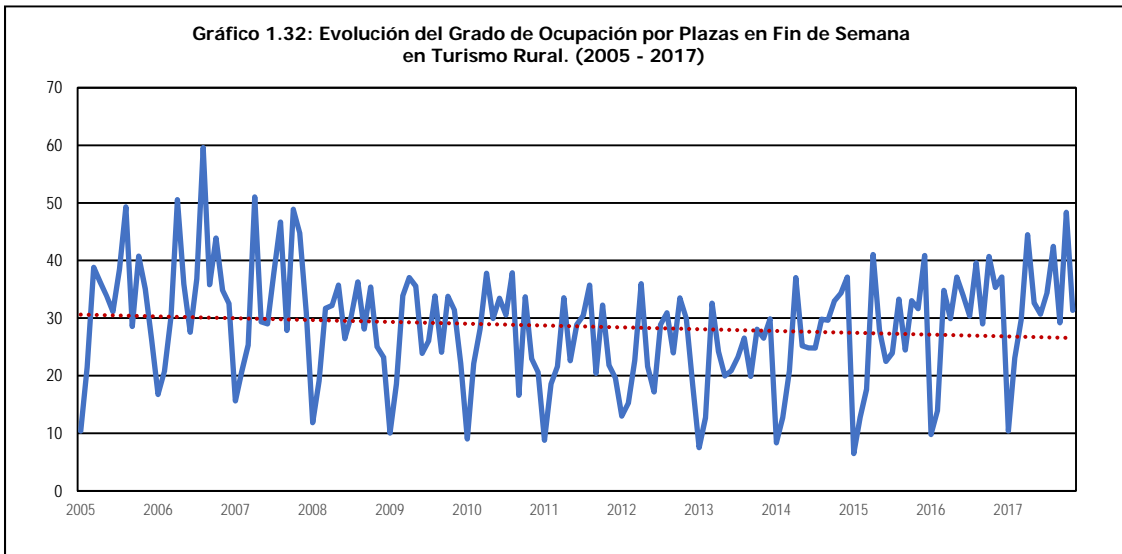
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

A continuación, se muestran los principales indicadores del grado de ocupación en los alojamientos de turismo rural donde puede observarse, también una fuerte influencia de la componente estacional en el sector y que a pesar de mostrar una tendencia decreciente en el conjunto del periodo 2005-2017, a partir del año 2014 se produce un cambio en la misma observándose una recuperación sostenida en el grado de ocupación por plazas, por plazas de fin de semana y por habitaciones.

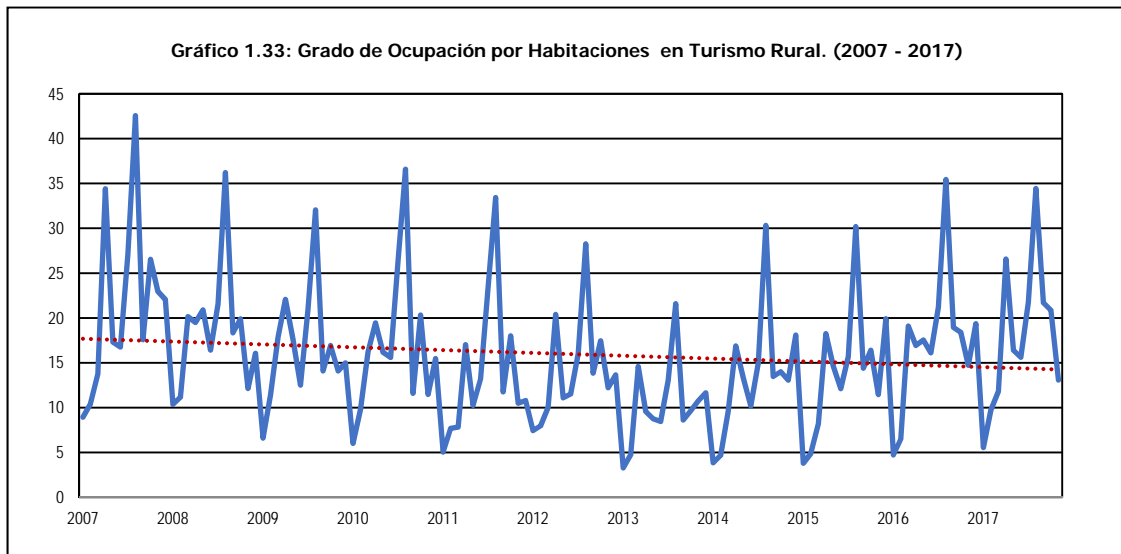


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

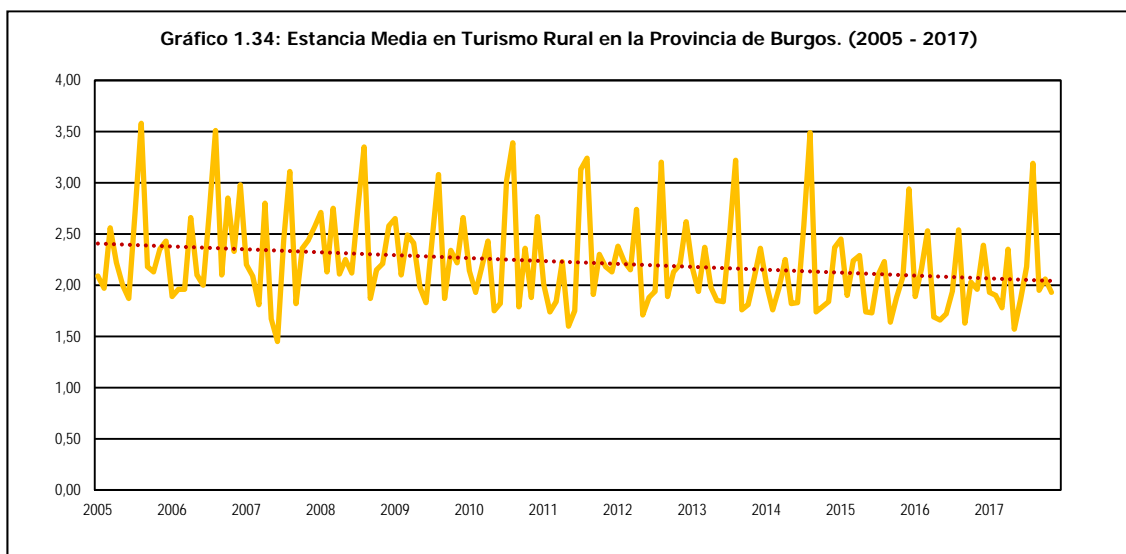




Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



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



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



La **estancia media del año 2017** en establecimientos de Turismo Rural en Burgos se sitúa en 2,12 días, superior a los 2,01 del año 2016 (gráfico 1.34). La siguiente tabla muestra la estancia media en establecimientos de turismo rural en el año 2017:

**Tabla 1.26: Estancia Media en Turismo Rural. Datos Comparados**

Año	España	Castilla y León	Burgos	León	Salamanca	Cuenca	Cáceres	Córdoba
2017	2,59	2,16	2,12	1,92	2,13	2,32	2,24	3,00

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

**Tabla 1.27: Evolución del Grado de Ocupación Habitaciones en Turismo Rural (2007 – 2017)**

Año	España	Castilla y León	Burgos	León	Salamanca	Cuenca	Cáceres	Córdoba
2007	23,41	21,63	21,70	19,46	19,20	19,26	18,78	22,36
2008	21,42	19,61	18,56	18,04	18,27	13,51	17,11	20,38
2009	19,04	17,45	16,77	17,14	15,27	12,24	15,55	16,74
2010	17,78	16,07	17,10	15,69	12,80	10,39	14,27	16,35
2011	17,14	15,13	14,07	13,44	13,36	9,82	15,45	13,62
2012	16,43	14,04	14,16	13,52	11,89	9,74	13,42	13,52
2013	16,02	12,95	10,39	12,61	11,81	11,65	14,72	14,80
2014	17,86	14,98	13,54	13,56	14,47	12,15	16,95	14,05
2015	19,63	16,01	14,15	14,60	14,77	12,20	18,68	12,43
2016	21,65	17,84	17,41	17,94	16,00	16,20	19,66	16,60
2017	22,86	18,18	18,31	18,09	14,37	16,81	22,02	17,23

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

**Tabla 1.28: Evolución de la Estancia Media en Turismo Rural (2005 – 2017)**

Año	España	Castilla y León	Burgos	León	Salamanca	Cuenca	Cáceres	Córdoba
2005	2,98	2,33	2,34	2,22	2,45	2,72	2,12	4,07
2006	2,89	2,38	2,42	2,32	2,65	2,57	2,23	3,46
2007	2,85	2,41	2,23	2,37	2,54	2,47	2,21	3,14
2008	2,83	2,38	2,42	2,21	2,42	2,45	2,35	3,09
2009	2,78	2,39	2,34	2,25	2,63	2,40	2,29	3,04
2010	2,74	2,35	2,28	2,16	2,53	2,60	2,30	3,01
2011	2,68	2,19	2,17	1,92	2,44	2,40	2,29	3,10
2012	2,68	2,23	2,26	2,30	2,27	2,55	2,13	3,56
2013	2,63	2,18	2,15	2,11	2,22	2,48	2,25	3,36
2014	2,60	2,21	2,12	1,99	2,24	2,64	2,22	3,29
2015	2,57	2,16	2,10	2,11	2,16	2,29	2,18	3,28
2016	2,60	2,16	2,01	2,05	2,17	2,09	2,30	3,38
2017	2,59	2,16	2,12	1,92	2,13	2,32	2,24	3,00

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

### 1.2.3. Evolución por provincias (viajeros y pernoctaciones)

**Tabla 1.29: Viajeros en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2014-2017 (I)**

Año	Burgos			Salamanca			León		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2014	769.788	412.934	356.854	863.483	592.646	270.837	716.152	404.049	312.103
2015	814.141	442.492	371.649	948.030	660.668	287.362	775.363	442.941	332.422
2016	865.351	480.160	385.191	965.900	669.583	296.317	817.809	443.469	374.340
2017	903.956	490.450	413.515	989.783	683.274	306.509	786.477	404.385	382.092
Variación 2016-2017	4,46%	2,14%	7,35%	2,47%	2,04%	3,44%	-3,83%	-8,81%	2,07%
Variación 2014-2017	17,43%	18,77%	15,88%	14,63%	15,29%	13,17%	9,82%	0,08%	22,42%

**Tabla 1.29: Viajeros en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2014-2017 (II)**

Año	Cuenca			Córdoba			Cáceres		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2014	254.894	170.195	84.699	1.091.009	921.267	169.742	579.411	250.582	328.829
2015	274.256	175.654	98.602	1.135.265	953.934	181.331	647.055	267.807	379.248
2016	301.923	199.852	102.071	1.186.909	996.990	189.919	677.841	270.721	407.120
2017	295.895	184.922	110.973	1.231.155	1.012.580	218.575	691.476	268.894	422.582
Variación 2016-2017	-2,00%	-7,47%	8,72%	3,73%	1,56%	15,09%	2,01%	-0,67%	3,80%
Variación 2014-2017	16,09%	8,65%	31,02%	12,85%	9,91%	28,77%	19,34%	7,31%	28,51%

**Tabla 1.30: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2014-2017 (I)**

Año	Burgos			Salamanca			León		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2014	1.114.559	596.868	517.691	1.538.975	975.095	563.880	1.118.701	646.955	471.746
2015	1.184.178	659.466	524.712	1.656.962	1.062.327	594.635	1.245.986	714.574	531.412
2016	1.306.154	728.087	578.067	1.663.246	1.074.699	588.547	1.318.945	733.802	585.143
2017	1.340.313	729.165	611.148	1.688.830	1.099.290	589.540	1.330.187	729.924	600.263
Variación 2016-2017	2,62%	0,15%	5,72%	1,54%	2,29%	0,17%	0,85%	-0,53%	2,58%
Variación 2014-2017	20,26%	22,17%	18,05%	9,74%	12,74%	4,55%	18,90%	12,82%	27,24%

**Tabla 1.30: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2014-2017 (II)**

Año	Cuenca			Córdoba			Cáceres		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2014	423.838	281.200	142.638	1.721.742	1.415.109	306.633	1.009.735	376.418	633.317
2015	456.984	290.852	166.132	1.848.043	1.537.269	310.774	1.118.706	419.975	698.731
2016	514.717	338.144	176.573	1.933.901	1.599.371	334.530	1.240.990	455.302	785.688
2017	517.455	329.439	188.016	1.990.892	1.616.706	374.186	1.233.313	433.526	799.787
Variación 2016-2017	0,53%	-2,57%	6,48%	2,95%	1,08%	11,85%	-0,62%	-4,78%	1,79
Variación 2014-2017	22,09%	17,15%	31,81%	15,63%	14,25%	22,03%	22,14%	15,17%	26,29%

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

### 1.2.4. Apartamentos Turísticos

Tabla 1.31: Número de Viajeros (2014 – 2017). Datos Provinciales Comparados		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	5.788	7.023	9.428	6.679	34,24%	-29,16%	15,39%
	Extranjeros	1.630	2.097	3.725	369	77,63%	-90,09%	-77,36%
	<b>Total</b>	<b>7.418</b>	<b>9.120</b>	<b>13.153</b>	<b>7.048</b>	<b>44,22%</b>	<b>-46,42%</b>	<b>-4,99%</b>
Córdoba	Nacionales	16.871	22.070	27.110	27.386	22,84%	1,02%	62,33%
	Extranjeros	10.888	10.438	16.986	24.275	62,73%	42,91%	122,95%
	<b>Total</b>	<b>27.759</b>	<b>32.508</b>	<b>44.096</b>	<b>51.661</b>	<b>35,65%</b>	<b>17,16%</b>	<b>86,11%</b>
Cuenca	Nacionales	30.404	34.537	38.027	46.874	10,11%	23,27%	54,17%
	Extranjeros	1.798	2.701	2.353	2.767	-12,88%	17,59%	53,89%
	<b>Total</b>	<b>32.202</b>	<b>37.238</b>	<b>40.380</b>	<b>49.641</b>	<b>8,44%</b>	<b>22,93%</b>	<b>54,16%</b>
León	Nacionales	7.395	9.608	9.353	11.566	-2,65%	23,66%	56,40%
	Extranjeros	523	1.123	938	1.407	-16,47%	50,00%	169,02%
	<b>Total</b>	<b>7.918</b>	<b>10.731</b>	<b>10.291</b>	<b>12.973</b>	<b>-4,10%</b>	<b>26,06%</b>	<b>63,84%</b>
Salamanca	Nacionales	15.100	15.259	29.384	33.956	92,57%	15,56%	124,87%
	Extranjeros	2.519	712	6.952	8.174	876,40%	17,58%	224,49%
	<b>Total</b>	<b>17.619</b>	<b>15.971</b>	<b>36.336</b>	<b>42.130</b>	<b>127,51%</b>	<b>15,95%</b>	<b>139,12%</b>
Cáceres	Nacionales	25.730	41.307	50.938	43.043	23,32%	-15,50%	67,29%
	Extranjeros	2.472	3.733	4.992	4.502	33,73%	-9,82%	82,12%
	<b>Total</b>	<b>28.202</b>	<b>45.040</b>	<b>55.930</b>	<b>47.545</b>	<b>24,18%</b>	<b>-14,99%</b>	<b>68,59%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos y elaboración propia.



**Tabla 1.32: Número de Pernoctaciones 2014 -2017. Datos Provinciales Comparados**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	13.263	13.271	20.364	20.222	53,45%	-0,70%	52,47%
	Extranjeros	2.345	3.221	6.107	2.975	89,60%	-51,29%	26,87%
	<b>Total</b>	<b>15.608</b>	<b>16.492</b>	<b>26.471</b>	<b>23.197</b>	<b>60,51%</b>	<b>-12,37%</b>	<b>48,62%</b>
Córdoba	Nacionales	34.953	50.035	57.189	56.960	14,30%	-0,40%	62,96%
	Extranjeros	21.352	22.598	32.401	44.300	43,38%	36,72%	107,47%
	<b>Total</b>	<b>56.305</b>	<b>72.633</b>	<b>89.590</b>	<b>101.260</b>	<b>23,35%</b>	<b>13,03%</b>	<b>79,84%</b>
Cuenca	Nacionales	79.365	92.600	87.460	104.433	-5,55%	19,41%	31,59%
	Extranjeros	10.216	9.875	7.787	5.484	-21,14%	-29,57%	-46,32%
	<b>Total</b>	<b>89.581</b>	<b>102.475</b>	<b>95.247</b>	<b>109.917</b>	<b>-7,05%</b>	<b>15,40%</b>	<b>22,70%</b>
León	Nacionales	29.376	41.184	43.876	41.649	6,54%	-5,08%	41,78%
	Extranjeros	2.106	2.260	3.889	3.798	72,08%	-2,34%	80,34%
	<b>Total</b>	<b>31.482</b>	<b>43.444</b>	<b>47.765</b>	<b>45.447</b>	<b>9,95%</b>	<b>-4,85%</b>	<b>44,36%</b>
Salamanca	Nacionales	50.110	47.369	67.263	80.976	42,00%	20,39%	61,60%
	Extranjeros	6.947	1.576	14.580	26.819	825,13%	83,94%	286,05%
	<b>Total</b>	<b>57.057</b>	<b>48.945</b>	<b>81.843</b>	<b>107.795</b>	<b>67,21%</b>	<b>31,71%</b>	<b>88,93%</b>
Cáceres	Nacionales	58.814	84.767	97.748	99.017	15,31%	1,30%	68,36%
	Extranjeros	6.114	7.943	8.968	9.572	12,90%	6,74%	56,56%
	<b>Total</b>	<b>64.928</b>	<b>92.710</b>	<b>106.716</b>	<b>108.589</b>	<b>15,11%</b>	<b>1,76%</b>	<b>67,25%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos y elaboración propia.

### 1.2.5. Campings

**Tabla 1.33: Número de Viajeros 2014 – 2017. Comparación**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	20.830	27.102	23.780	22.005	-12,26%	-7,46%	5,64%
	Extranjeros	27.796	28.968	39.475	34.484	36,27%	-12,64%	24,06%
	<b>Total</b>	<b>48.626</b>	<b>56.070</b>	<b>63.255</b>	<b>56.489</b>	<b>12,81%</b>	<b>-10,70%</b>	<b>16,17%</b>
Castilla y León	Nacionales	165.005	186.354	183.181	199.629	-1,70%	8,98%	20,98%
	Extranjeros	84.397	92.091	112.165	109.095	21,80%	-2,74%	29,26%
	<b>Total</b>	<b>249.402</b>	<b>278.445</b>	<b>295.346</b>	<b>308.724</b>	<b>6,07%</b>	<b>4,53%</b>	<b>23,79%</b>
España	Nacionales	4.254.403	4.476.473	4.879.244	5.251.574	9,00%	7,63%	23,44%
	Extranjeros	2.078.026	2.245.618	2.516.667	2.660.514	12,07%	5,72%	28,03%
	<b>Total</b>	<b>6.332.429</b>	<b>6.722.091</b>	<b>7.395.912</b>	<b>7.912.088</b>	<b>10,02%</b>	<b>6,98%</b>	<b>24,95%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Campings y elaboración propia.

**Tabla 1.34: Número de Pernoctaciones 2014 – 2017. Comparación**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	117.502	87.402	75.575	61.518	-13,53%	-18,60%	-47,65%
	Extranjeros	40.504	42.469	58.258	53.159	37,18%	-8,75%	31,24%
	<b>Total</b>	<b>158.006</b>	<b>129.871</b>	<b>133.833</b>	<b>114.677</b>	<b>3,05%</b>	<b>-14,31%</b>	<b>-27,42%</b>
Castilla y León	Nacionales	581.720	545.559	569.159	656.287	4,33%	15,31%	12,82%
	Extranjeros	142.968	149.565	182.098	181.995	21,75%	-0,06%	27,30%
	<b>Total</b>	<b>724.688</b>	<b>695.125</b>	<b>751.256</b>	<b>838.282</b>	<b>8,07%</b>	<b>11,58%</b>	<b>15,67%</b>
España	Nacionales	16.912.994	17.716.727	18.940.256	20.222.358	6,91%	6,77%	19,57%
	Extranjeros	15.396.466	16.675.012	17.828.789	18.860.577	6,92%	5,79%	22,50%
	<b>Total</b>	<b>32.309.460</b>	<b>34.391.739</b>	<b>36.769.042</b>	<b>39.082.935</b>	<b>6,91%</b>	<b>6,29%</b>	<b>20,96%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Campings y elaboración propia.

**Tabla 1.35: Número de Viajeros (2014 – 2017). Datos Comparados Sólo Provincias**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
Burgos	Nacionales	20.830	27.102	23.780	22.005	-12,26%	-7,46%	5,64%
	Extranjeros	27.796	28.968	39.475	34.484	36,27%	-12,64%	24,06%
	<b>Total</b>	<b>48.626</b>	<b>56.070</b>	<b>63.255</b>	<b>56.489</b>	<b>12,81%</b>	<b>-10,70%</b>	<b>16,17%</b>
Córdoba	Nacionales	20.426	22.966	22.547	27.206	-1,82%	20,66%	33,19%
	Extranjeros	19.526	20.898	20.069	17.448	-3,97%	-13,06%	-10,64%
	<b>Total</b>	<b>39.952</b>	<b>43.864</b>	<b>42.616</b>	<b>44.654</b>	<b>-2,85%</b>	<b>4,78%</b>	<b>11,77%</b>
León	Nacionales	44.353	47.840	42.038	45.935	-12,13%	9,27%	3,57%
	Extranjeros	10.704	9.369	11.908	9.101	27,10%	-23,57%	-14,98%
	<b>Total</b>	<b>55.057</b>	<b>57.209</b>	<b>53.946</b>	<b>55.036</b>	<b>-5,70%</b>	<b>2,02%</b>	<b>-0,04%</b>
Salamanca	Nacionales	12.596	13.265	12.540	15.280	-5,47%	21,85%	21,31%
	Extranjeros	20.619	23.821	27.630	32.423	15,99%	17,35%	57,25%
	<b>Total</b>	<b>33.215</b>	<b>37.086</b>	<b>40.170</b>	<b>47.703</b>	<b>8,32%</b>	<b>18,75%</b>	<b>43,62%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Campings y elaboración propia.





**Tabla 1.36: Número de Pernoctaciones 2014 -2017. Datos Provinciales Comparados**

		2014	2015	2016	2017	Δ 2016	Δ 2017	Δ 17 / 14
<b>Burgos</b>	<b>Nacionales</b>	117.502	87.402	75.575	61.518	-13,53%	-18,60%	-47,65%
	<b>Extranjeros</b>	40.504	42.469	58.258	53.159	37,18%	-8,75%	31,24%
	<b>Total</b>	<b>158.006</b>	<b>129.871</b>	<b>133.833</b>	<b>114.677</b>	<b>3,05%</b>	<b>-14,31%</b>	<b>-27,42%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>Nacionales</b>	45.828	48.165	51.908	61.357	7,77%	18,20%	33,89%
	<b>Extranjeros</b>	36.631	39.879	38.452	35.170	-3,58%	-8,54%	-3,99%
	<b>Total</b>	<b>82.459</b>	<b>88.044</b>	<b>90.360</b>	<b>96.527</b>	<b>2,63%</b>	<b>6,82%</b>	<b>17,06%</b>
<b>León</b>	<b>Nacionales</b>	171.187	160.554	163.164	209.009	1,63%	28,10%	22,09%
	<b>Extranjeros</b>	15.337	11.507	13.364	10.789	16,14%	-19,27%	-29,65%
	<b>Total</b>	<b>186.524</b>	<b>172.061</b>	<b>176.528</b>	<b>219.798</b>	<b>2,60%</b>	<b>24,51%</b>	<b>17,84%</b>
<b>Salamanca</b>	<b>Nacionales</b>	39.874	39.914	37.555	42.962	-5,91%	14,40%	7,74%
	<b>Extranjeros</b>	38.891	43.348	50.203	57.264	15,81%	14,06%	47,24%
	<b>Total</b>	<b>78.765</b>	<b>83.262</b>	<b>87.758</b>	<b>100.226</b>	<b>5,40%</b>	<b>14,21%</b>	<b>27,25%</b>

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Campings y elaboración propia.

El Instituto Nacional de Estadística (INE) no dispone de esta información para las provincias de Cuenca y Cáceres.





# 2

## EMPLEO EN HOSTELERÍA EN BURGOS

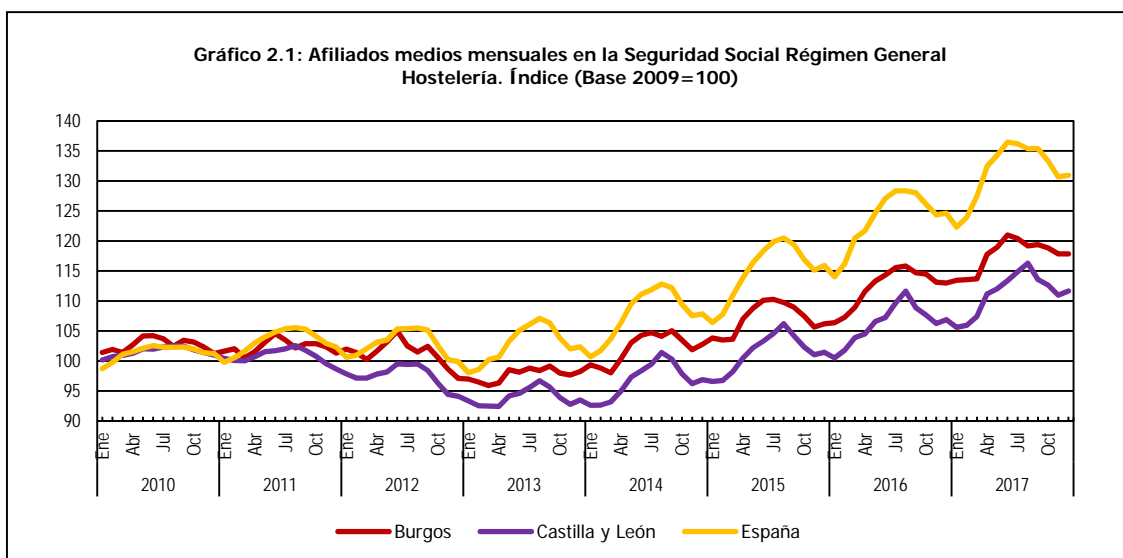




## 2. Empleo en Hostelería en Burgos

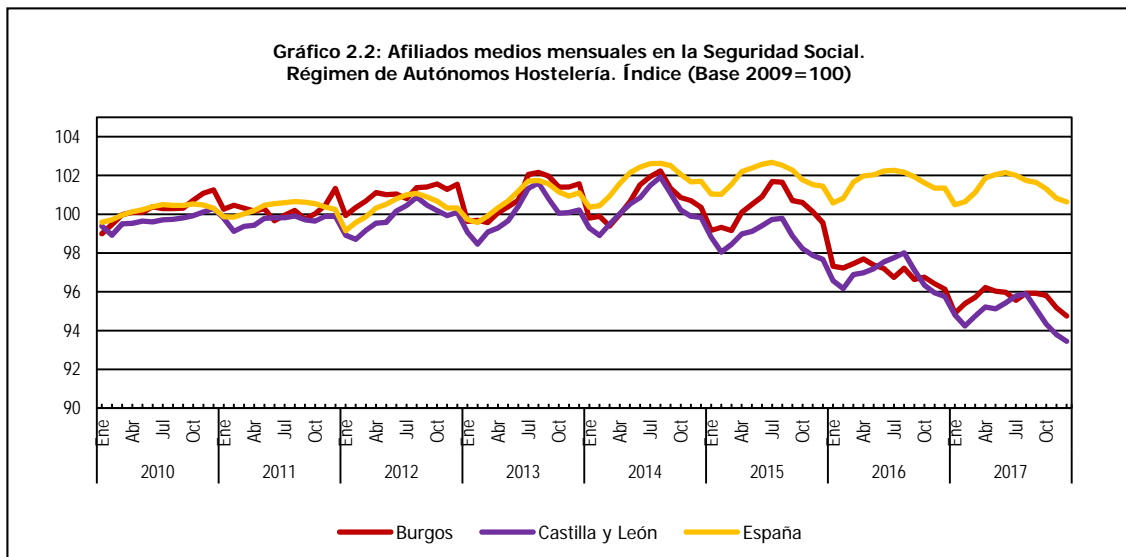
Para el análisis del empleo en el sector de Hostelería utilizamos el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos. La metodología utilizada consiste en el cálculo de números índices con base en los 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. Por otro lado, se ha obtenido la información correspondiente al personal empleado, tanto en establecimientos hoteleros como en Alojamientos de turismo rural, proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE); y la proporcionada por la Tesorería General de la Seguridad Social de Burgos relacionada con afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo: Servicios de Alojamiento y Servicios de Comidas y Bebidas para cada uno de los meses del periodo 2014-2017. Debemos mencionar que no se ha podido obtener información segmentada para la capital y sólo provincia, por lo que el análisis se corresponde con los datos globales de Burgos.

Las tasas de afiliación en **el sector Hostelería en el Régimen General** en Burgos, han experimentado un ascenso continuado desde 2013, año en el que se observaron los peores resultados tras el comienzo de la crisis (gráficos 2.4 y 2.5) para situarse en los 7.876,38 afiliados (tabla 2.1) en diciembre de 2017, cifra superior para ese mismo mes en todos los años desde el 2009. Este aumento es similar al observado en Castilla y León y en el territorio nacional. No se puede decir lo mismos con las tasas de afiliación en **el R.E.T. Autónomos de Hostelería** con un descenso a partir del año 2014 con valores anuales del -1,19% en 2014, -0,79% en 2015, -3,44% en 2016 y del -1,44 en 2017; pasando de los 3.285 afiliados en diciembre de 2013 a 3.064 en diciembre de 2017. Este descenso ha sido similar en Castilla y León, mientras que en España los resultados muestran una tendencia más estable (Gráfico 2.2).

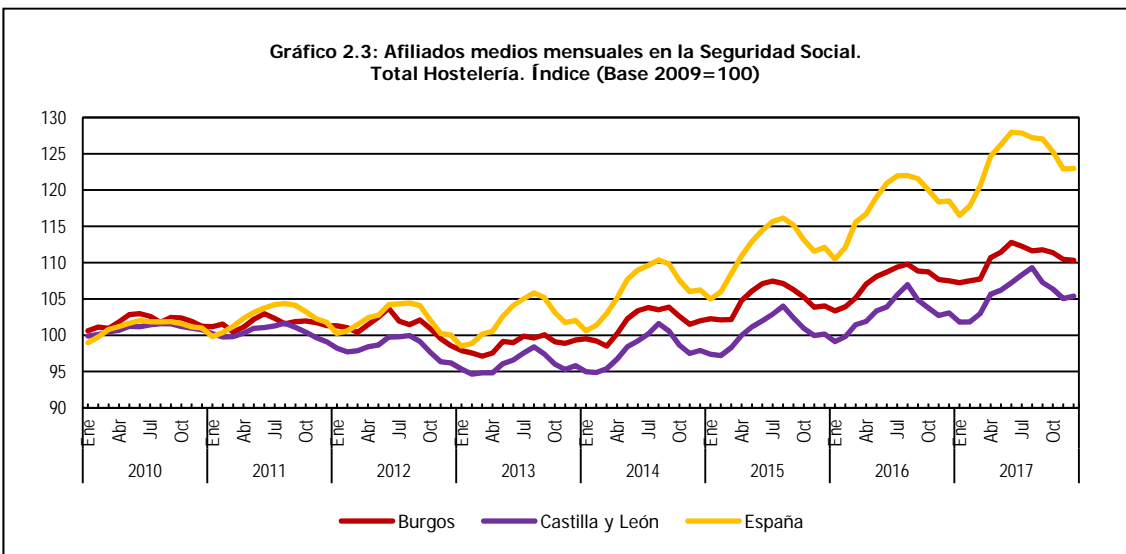


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

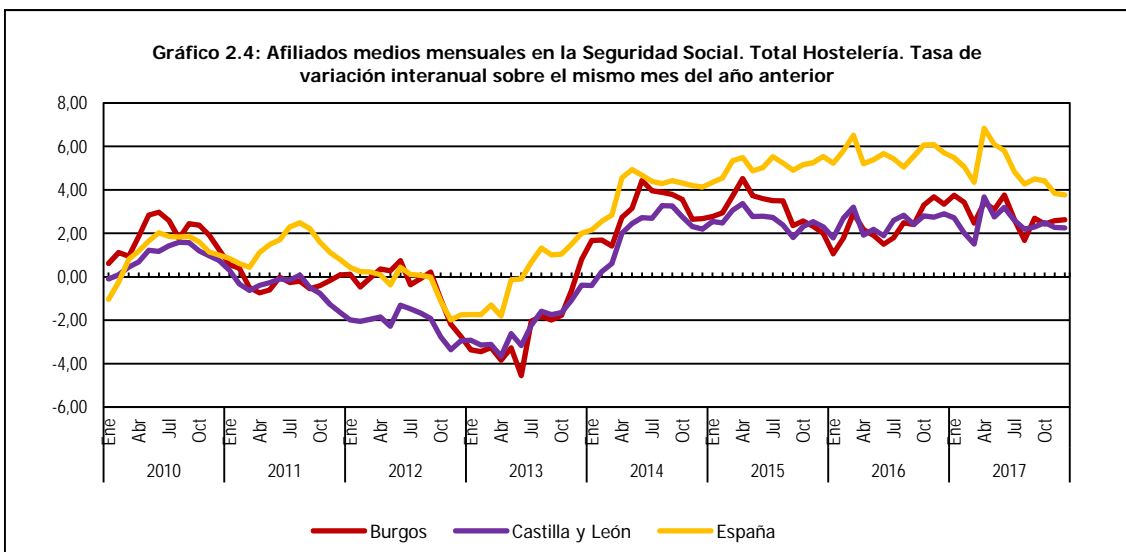




Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

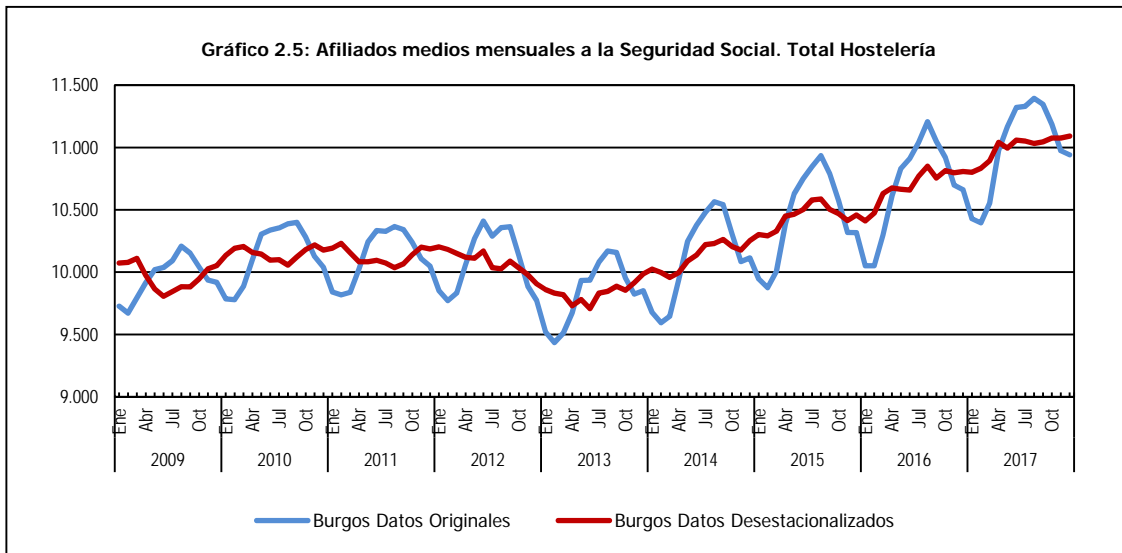


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



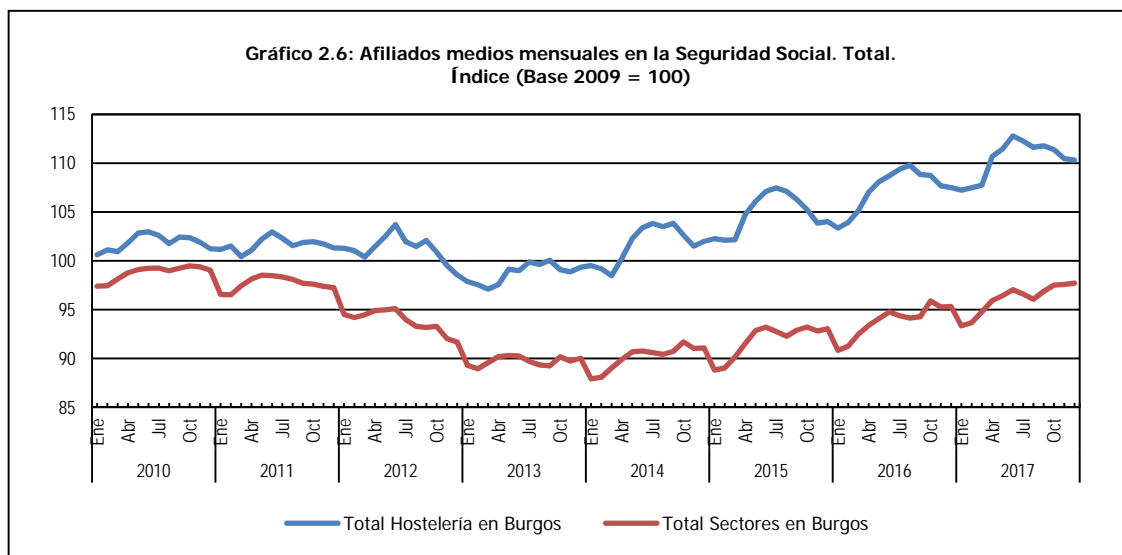
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

La Hostelería es un sector con un componente estacional muy importante, por lo que conviene realizar el análisis de la evolución del empleo una vez eliminada la estacionalidad (gráfico 2.5). Dicho gráfico pone de manifiesto que desde el año 2013 se ha producido un cambio de tendencia, con un aumento continuado en el número de afiliados en Hostelería en Burgos, recuperándose así de la caída sufrida en 2012.



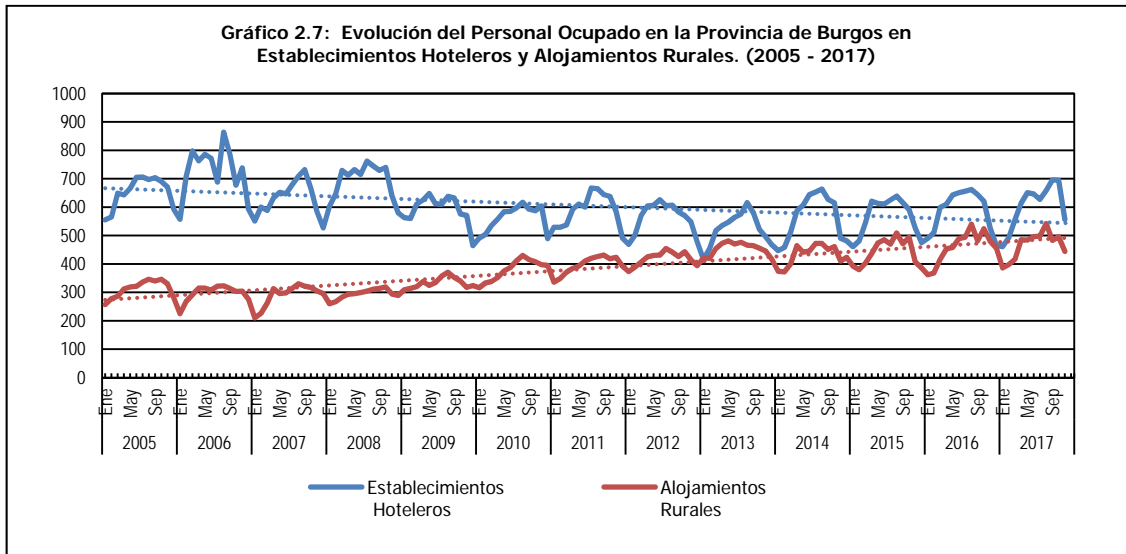
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

Como podemos ver en el gráfico 2.6 la recuperación en los afiliados a la Seguridad Social también se ha manifestado en el conjunto de sectores, si bien esta recuperación está siendo mayor en el sector de Hostelería, ya que en el total de la economía todavía hoy los índices son inferiores a 100 en relación con el año 2009, mientras que en hostelería observamos valores en diciembre de 2017 del 110%



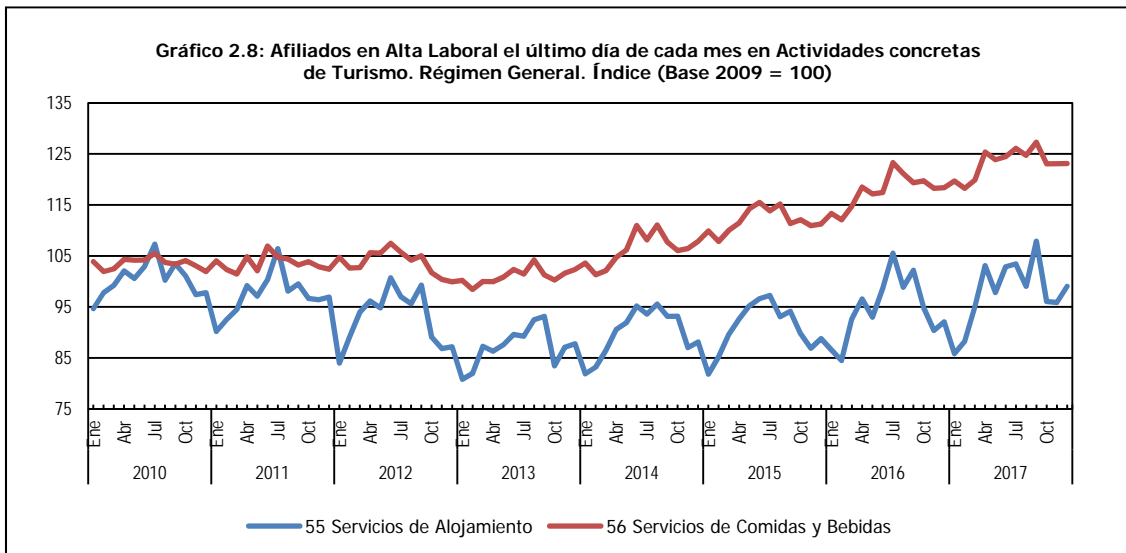
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

Si consideramos la información proporcionada por el INE en relación con el personal empleado en los establecimientos hoteleros, en sólo la provincia de Burgos (gráfico 2.7), vemos que presenta una tendencia decreciente desde 2005 con una ligera recuperación a partir de 2013. Sin embargo, el personal empleado en alojamientos de turismo rural presenta una tendencia creciente pasando de los 312 empleados por término medio en cada uno de los meses de 2005 a los 466 en el año 2017. También se observa una mayor estacionalidad en el personal empleado en los establecimientos hoteleros que el empleado en los alojamientos de turismo rural.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

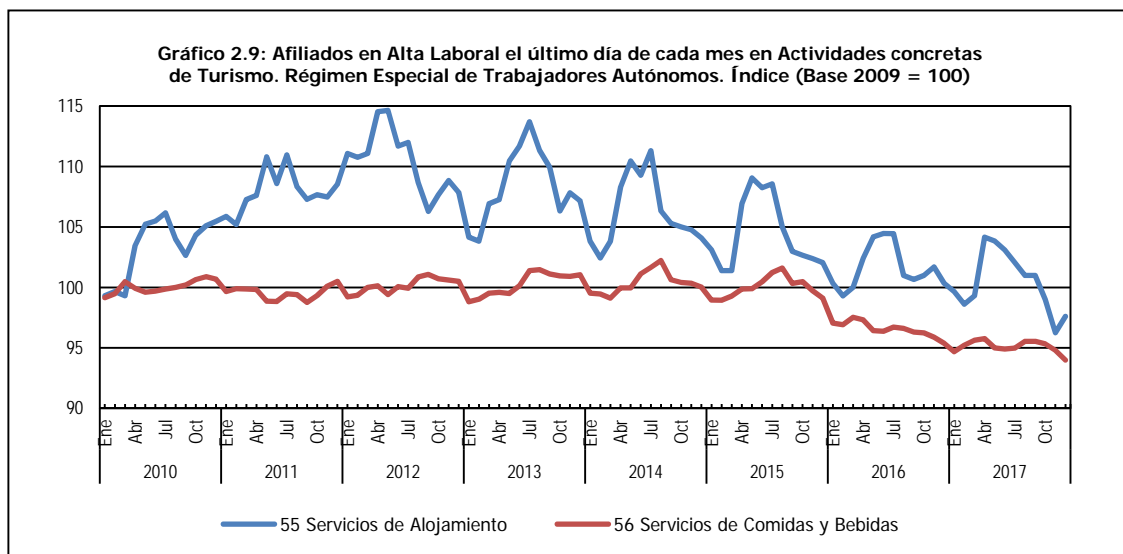
Si analizamos la evolución de los afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo: servicios de alojamiento y servicios de comidas y bebidas (gráficos 2.8 y 2.9) vemos que en el Régimen General, como se ha comentado anteriormente, se está produciendo un incremento desde el año 2013, si bien éste es superior en los servicios de comidas y bebidas. Si nos centramos en el R.E.T. Autónomos en ambos subsectores se observa un descenso en relación con los afiliados en el año 2009, a partir del año 2012 en los servicios de alojamiento, y recientemente, desde el año 2015 en los servicios de comidas y bebidas.



Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.







Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



**Tabla 2.1: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2014**  
(*Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo*)

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

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.1: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2015**  
(*Afiliados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo*)

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.160	1.197	1.269	1.347	1.453	1.485	1.531	1.464	1.386	1.341	1.240	1.213
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.516	5.498	5.654	5.747	5.975	5.962	5.832	5.857	5.856	5.888	5.808	5.852
R.E.T.	55 Servicios de Alojamiento	298	292	293	309	313	315	317	315	311	308	301	299
Autónomos	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.924	2.917	2.930	2.968	2.997	3.019	3.051	3.054	2.991	2.967	2.933	2.920
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.458	1.489	1.562	1.656	1.766	1.800	1.848	1.779	1.697	1.649	1.541	1.512
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	8.440	8.415	8.584	8.715	8.972	8.981	8.883	8.911	8.847	8.855	8.741	8.772
	Total Hostelería	9.898	9.904	10.146	10.371	10.738	10.781	10.731	10.690	10.544	10.504	10.282	10.284

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.1: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2016**  
*(Afilados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )*

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.228	1.186	1.312	1.404	1.419	1.516	1.661	1.555	1.504	1.417	1.290	1.258
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	5.687	5.715	5.897	6.110	6.128	6.062	6.317	6.161	6.276	6.288	6.191	6.226
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	290	286	289	296	299	304	305	303	304	303	299	294
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.868	2.857	2.878	2.892	2.893	2.896	2.915	2.904	2.871	2.842	2.820	2.810
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.518	1.472	1.601	1.700	1.718	1.820	1.966	1.858	1.808	1.720	1.589	1.552
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	8.555	8.572	8.775	9.002	9.021	8.958	9.232	9.065	9.147	9.130	9.011	9.036
	<b>Total Hostelería</b>	<b>10.073</b>	<b>10.044</b>	<b>10.376</b>	<b>10.702</b>	<b>10.739</b>	<b>10.778</b>	<b>11.198</b>	<b>10.923</b>	<b>10.955</b>	<b>10.850</b>	<b>10.600</b>	<b>10.588</b>

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.1: Empleo en el Sector de Hostelería en la Provincia de Burgos 2017**  
*(Afilados en alta laboral el último día de cada mes en actividades concretas de turismo )*

Régimen	Código Actividad 2009 HOSTELERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
General	55 Servicios de Alojamiento	1.217	1.239	1.346	1.499	1.493	1.581	1.628	1.558	1.588	1.435	1.368	1.353
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	6.008	6.029	6.160	6.464	6.479	6.424	6.460	6.342	6.694	6.463	6.445	6.475
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	288	284	287	301	298	300	298	303	305	297	283	286
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.798	2.807	2.822	2.846	2.850	2.852	2.863	2.872	2.848	2.815	2.788	2.769
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.505	1.523	1.633	1.800	1.791	1.881	1.926	1.861	1.893	1.732	1.651	1.639
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	8.806	8.836	8.982	9.310	9.329	9.276	9.323	9.214	9.542	9.278	9.233	9.244
	<b>Total Hostelería</b>	<b>10.311</b>	<b>10.359</b>	<b>10.615</b>	<b>11.110</b>	<b>11.120</b>	<b>11.157</b>	<b>11.249</b>	<b>11.075</b>	<b>11.435</b>	<b>11.010</b>	<b>10.884</b>	<b>10.883</b>

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

**Tabla 2.2: Tasas de Variación de Afiliados Medios Mensuales HOSTELERÍA**

	Régimen General			RET Autónomos			Total Hostelería		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Tasa de Variación en Diciembre de 2017 sobre									
Diciem. 2016	4,30	4,44	5,06	-1,44	-2,41	-0,70	2,62	2,25	3,77
Diciem. 2015	10,99	10,04	12,96	-4,83	-4,33	-0,80	6,05	5,21	9,69
Diciem. 2014	14,67	15,24	21,42	-5,59	-6,40	-1,05	8,17	7,63	15,76
Diciem. 2013	19,96	19,43	27,94	-6,71	-6,75	-0,47	11,07	9,99	20,54
Tasa de Variación Interanual en Diciembre									
2017	4,30	4,44	5,06	-1,44	-2,41	-0,70	2,62	2,25	3,77
2016	6,42	5,36	7,52	-3,44	-1,97	-0,10	3,34	2,90	5,70
2015	3,32	4,72	7,48	-0,79	-2,16	-0,25	2,00	2,30	5,54
2014	4,61	3,64	5,37	-1,19	-0,37	0,59	2,68	2,19	4,13
2013	1,19	-0,67	2,44	0,02	0,12	0,78	0,80	-0,38	2,01
2012	-4,17	-4,62	-2,39	0,21	0,20	0,08	-2,74	-2,95	-1,75

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

**Tabla 2.3: Tasas de Variación de Afiliados Medios Mensuales TOTAL SECTORES**

	Régimen General			RET Autónomos			Total Hostelería		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
Tasa de Variación en Diciembre de 2017 sobre									
Diciem. 2016	3,37	3,26	4,64	-0,85	-1,30	0,23	2,51	2,19	3,79
Diciem. 2015	6,97	6,21	8,78	-2,21	-2,20	1,06	5,02	4,18	7,25
Diciem. 2014	10,04	9,45	12,97	-2,56	-2,62	2,43	7,30	6,46	10,84
Diciem. 2013	11,47	11,47	16,12	-1,89	-1,82	4,96	8,54	8,15	13,87
Tasa de Variación Interanual en Diciembre									
2017	3,37	3,26	4,64	-0,85	-1,30	0,23	2,51	2,19	3,79
2016	3,49	2,86	3,96	-1,37	-0,91	0,83	2,45	1,95	3,34
2015	2,87	3,05	3,85	-0,36	-0,44	1,35	2,17	2,19	3,34
2014	1,29	1,85	2,80	0,69	0,82	2,47	1,16	1,59	2,73
2013	-2,30	-1,95	-0,75	0,00	-0,35	0,85	-1,80	-1,56	-0,43
2012	-6,94	-7,85	-6,26	-1,05	-1,71	-1,53	-5,73	-6,41	-5,35

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

# 3

## VISITANTES EN PUNTOS DE REFERENCIA







### 3. Visitantes en Puntos de Referencia

En este apartado recogemos información cuantitativa correspondiente al número de visitantes en determinados puntos de referencia (Oficinas de Turismo, Monumentos, Museos, etc...) de aquellos años que se dispone de información de la provincia de Burgos para cada una de las comarcas.

Así mismo incluimos una tabla con los datos cuantitativos correspondientes a los puntos de interés de la ciudad.

#### 3.1 Visitantes en la Provincia de Burgos. Puntos de Interés. Comarcas

Comarca 1: ARLANZA									
VISITANTES									
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oficina de Turismo de Lerma	O.T.	10.684	10.582	11.224	11.183	13.063	11.606	14.958	17.028
Mº San Pedro de Arlanza. Hortigürela	C.E.	12.153	12.080	12.639	12.726	14.296	16.856	17.082	16.645
Pasadizo Ducal. Lerma	C.E.	10.684	10.582	11.224	11.183	13.063	11.606	14.958	17.028
Museo Modúbar-La Recolección (MUMO)	C.E.							289	133
Territorio Arlanza. Quintanilla del Agua*	C.E.					5.000	10.000	20.000	21.100

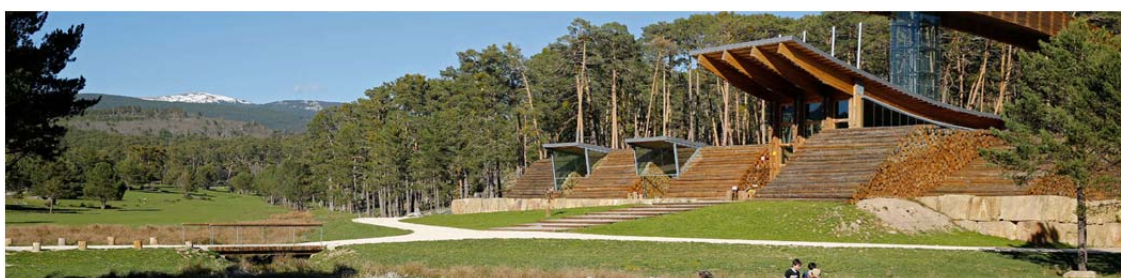
O.T. = Oficina de Turismo. C.E. = Centro Expositivo.

\*Datos estimados.

Comarca 2: BUREBA - EBRO									
VISITANTES									
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oficina de Turismo de Pancorbo	O.T.						2.001	822	1.150
Oficina de Turismo de Briviesca	O.T.	32.650	32.738	40.445	35.183	35.304	37.715	34.077	36.035
Oficina de Turismo de Poza de la Sal	O.T.				5.668	8.882	9.563	11.032	12.200
Oficina de Turismo de Belorado	O.T.			4.351	5.143	4.185	4.995	5.389	5.074
Oficina de Turismo de Miranda de Ebro	O.T.	3.234	3.486	3.079	2.417	2.443	2.405	2.335	1.887
Centro de Interpretación de Miranda Antigua. CIMA	C.E.				10.144	15.223	15.403	16.265	16.682
Beloraventa. Minas de Manganese. Puras de Villafranca	C.E.								4.865
Centro Digital de Promoción Jacobea	C.E.			4.351	5.143	4.185	4.995	5.389	5.074
Centro de Interpretación de las Reales Salinas. Poza de la Sal	C.E.				2.931	5.093	5.083	5.899	6.407

O.T. = Oficina de Turismo

C.E. = Centro Expositivo



<b>Comarca 3: AMAYA - CAMINO</b>									
<b>VISITANTES</b>									
<b>PUNTOS DE REFERENCIA</b>		<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Oficina de Turismo de Melgar de Fernamental	O.T.								2.458
Colegiata de Santa M <sup>a</sup> la Real. Sasamón	C.E.	5.349	4.630	4.130	3.842	3.315	3.664	3.833	4.023
Centro de Interpretación Pisórica	C.E.								520
Museo Etnográfico Municipal Pilar Ramos Guerra	C.E.								491
Museo del Petróleo. Sargentos de la Lora	C.E.						1.549	3.364	4.065
Centro de Interpretación Medievum. Sasamón	C.E.						600		n.d.
Centro de Interpretación Fabulantis. Villadiego	C.E.							550	2.850
Peña Amaya	C.E.						4.675	4.477	5.050
Museos Municipales de Villadiego (Etnográfico, Pictórico, Paleontológico) desde 2015 también el de la Radio	C.E.	1.272	921	1.021	1.208	657	900	1.300	1.654

O.T. = Oficina de Turismo  
C.E. = Centro Expositivo

<b>Comarca 4: SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES</b>									
<b>VISITANTES</b>									
<b>PUNTOS DE REFERENCIA</b>		<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Oficina de Turismo de Covarrubias	O.T.	30.857	34.041	25.891	18.339	16.595	23.548	29.983	39.719
Ayuntamiento Hontoria del Pinar	O.T.	9.848	9.904	10.243	10.387	10.765	11.247	11.486	12.389
Colegiata de Covarrubias	C.E.		40.003	44.147	43.427		15251*	46.933	54.166
C.P. Lagunas de Neila	C.E.	7.664	9.489	10.300	7.605	8.975	9.939	9.280	10.714
C.P. Casa de la madera	C.E.	30.751	26.289	17.534	14.951	14.738	15.882	13.449	13.909
Quintanilla de las Viñas	C.E.	3.196	3.212	3.353	3.636	4.099	4.331	4.809	4.589
Museo Dinosaurios. Salas de los Infantes	C.E.	10.301	10.370	10.106	10.496	10.383	12.525	11.423	12.331
Centro de Arqueología Experimental (CAREX)	C.E.		63.702	46.228	50.649	57.710	57.977	54.075	60.473
Mina Esperanza	C.E.								5.000
Paleolítico Vivo Salguero de Juarros	C.E.								700
Museo del Monasterio de Santo Domingo de Silos	C.E.	70.042	68.611	65.467	64.255	69.047	68.210	74.405	77.013
Punto de Información de Atapuerca - Mancomunidad Encuentro de Caminos	C.E.						1.369	1.384	1.203

O.T. = Oficina de Turismo  
C.E. = Centro Expositivo

<b>Comarca 5: MERINDADES</b>									
<b>VISITANTES</b>									
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oficina de Turismo de Frías	O.T.	27.909		43.150	32.230	47.304	50.091	64.702	78.837
Oficina de Turismo de Medina de Pomar	O.T.	12.230	14.618	19.695	19.416	22.864	17.614	17.484	16754
Oficina de Turismo de Oña	O.T.	10.403	10.391	10.167	9.269	13.254	14.264	14.446	15.892
Oficina de Turismo del Valle de Tobalina	O.T.						1.506	1.958	n.d.
Oficina de Turismo de Villarcayo	O.T.	10.758	15.289	22.547	10.987	8.645	n.d.	n.d.	12.696
Oficina de Turismo del Valle de Mena	O.T.					7.499	8.505	8.853	n.d.
C.P. Monte Santiago.	C.E.	22.155	23.030	20.045	22.658	20.015	16.703	20.331	n.d.
C.P. Ojo Guareña	C.E.	12.461	11.737	8.940	9.073	9.410	9.806	9.911	11.198
Museo Histórico de las Merindades. Medina de Pomar	C.E.	11.083	13.210	13.523	10.848	12.707	n.d.	16.006	14.505
C.P. Natural Montes Obarenes - San Zadornil. Oña.	C.E.		5.976	31.662	15.259	15.029	14.491	13.440	18.198.
C.P. Natural Montes Obarenes - San Zadornil. San Zadornil.	C.E.						923	10.981	12.110

O.T. = Oficina de Turismo  
C.E. = Centro Expositivo

<b>Comarca 6: RIBERA DEL DUERO</b>									
<b>VISITANTES</b>									
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oficina de Turismo de Peñaranda de Duero	O.T.				17.420	27.229		27.852	8.348
Oficina de Turismo de Roa de Duero	O.T.				803	1.535	n.d.	n.d.	n.d.
Oficina de Turismo de Gumiel de Izán	O.T.								1375
Baños de Valdearados	C.E.								1540
Monasterio La Vid	C.E.	8.473	8.986	8.254	7.919	23.066	9.385	10.620	10.886
Palacio Condes Miranda (Palacio de Avellaneda)	C.E.			2.494	12.222	18.307	n.d.	n.d.	14.290
Ciudad Romana de Clunia Sulpicia	C.E.	9.889	14.347	10.024	10.755	13.984	12.938*	12.263*	16.339
Centro de Interpretación de los Castillos	C.E.								6.230
Parque Arqueológico (Roa de Duero)	C.E.								2.000
Museo de los Aromas	C.E.			2.921	3.053	n.d.	n.d.	n.d.	2.405

O.T. = Oficina de Turismo  
C.E. = Centro Expositivo  
\*Datos estimados.

### 3.2 Visitantes en la Ciudad de Burgos. Puntos de Interés

CIUDAD DE BURGOS - ATAPUERCA									
VISITANTES									
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oficina de Turismo de Burgos	O.T.	81.333	83.375	76.254	90.241	81.811	84.618	81.006	76.869
Yacimientos Atapuerca*	C.E.	48.953	86.238	63.555	66.996	73.425	72.506	71.506	80.601
Parque Arqueológico*	C.E.	31.835	63.702	46.228	50.649	57.710	57.977	54.075	60.473
MEH*	C.E.	154.247	224.167	144.992	140.046	151.941	147.634	148.321	150.430
Sistema Atapuerca*	C.E.	235.035	374.107	254.776	257.691	283.076	278.117	274.275	291.504
MEH (con actividades)	C.E.		437.809	301.004	308.340	340.786	336.094	328.350	376.023
Catedral	C.E.	376.788	330.618	312.810	335.726	347.089	343.214	357.244	393.057
Monasterio de Santa M <sup>a</sup> la Real de las Huelgas	C.E.	75.459	71.591	65.318	62.756	64.082	61.421	63.880	67.901
Arco de Santa María	C.E.	73.518	85.780	88.842	97.714	90.016	98.459	82.318	91.711
Monasterio de de San Juan	C.E.	32.579	38.967	42.060	90.953	25.042	46.316	94.770	49.011
Castillo de Burgos	C.E.	22.911	23.794	17.564	33.412	37.019	41.931	48.456	46.664
Albergue de Peregrinos	C.E.	28.021	28.906	29.550	30.321	30.391	30.395	30.596	30.036
CAB	C.E.	26.066	28.220	28.198	26.653	35.334	59.946	71.667	80.733
Museo de Burgos	C.E.	17.679	20.135	19.518	21.053	22.462	24.282	27.120	80.733
Museo del libro	C.E.	4.235	10.553	12.228	15.053	18.641	21.746	18.763	n.d.
Museo Militar	C.E.						14.684	12.598	14.400
Estación de Autobuses	C.E.	1.355.899	1.359.836	1.277.077	1.181.057	1.150.231	1.160.416	1.160.293	1.204.931
Aeropuerto de Burgos	C.E.	33.595	35.447	21.057	18.905	21.583	8.986	178	5.933

O.T. = Oficina de Turismo

C.E. = Centro Expositivo

\* En el Sistema Atapuerca sólo se incluyen los visitantes NO los asistentes a exposiciones, actividades, ...

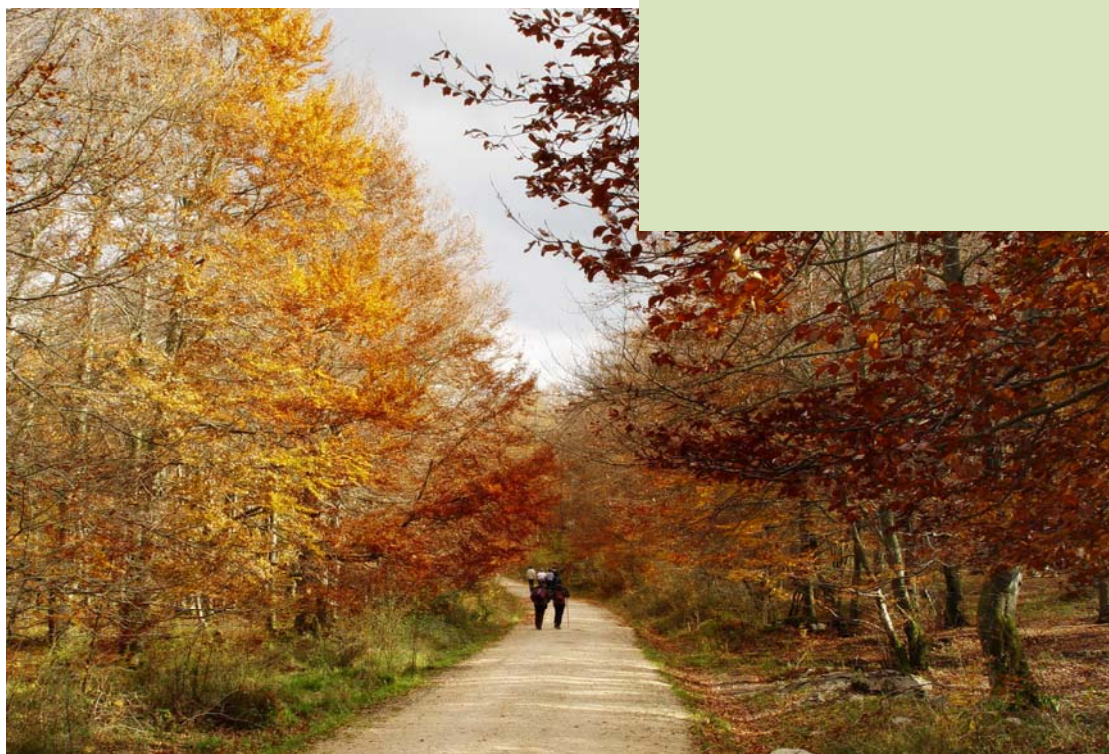




# 4 PERFIL Y PERCEPCIÓN

*Análisis del Perfil y Percepción del visitante de la provincia de Burgos*

*Datos Globales 2017*







## 4. Perfil y Percepción del visitante de la Provincia de Burgos

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

En este apartado se recoge el análisis de los datos obtenidos en el **año 2017** a través de la encuesta personal a los turistas que han visitado la provincia de Burgos mediante la colaboración de establecimientos hosteleros y de turismo rural, Oficinas de Turismo, estudiantes y profesores de la Universidad de Burgos. Esta información nos ha permitido 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.

#### 4.1.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha de Realización	Año 2017. (Semana Santa, Julio-Agosto y Puente de la Constitución)
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)). Cuestionario modificado (hasta dos versiones) según la realidad del trabajo de campo.
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y mediante algunos establecimientos colaboradores).
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la provincia de Burgos.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se muestrean las localidades según el calculado índice de potencialidad turística de cada una de las localidades burgalesas.
Muestra	Ver tabla.
Nivel de Confianza	95%.
Error Muestral	Error muestral: $\pm 2,62\%$ para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes al año)
Ámbito geográfico	Provincia de Burgos.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA				
COMARCAS	Nº de Encuestas	Porcentaje (%)	(%) Calle	(%) Colaboradores
Arlanza	180	12,88%	93,33%	6,67%
Bureba-Ebro	207	14,81%	88,89%	11,11%
Amaya-Camino	248	17,74%	64,92%	35,08%
Sierra de la Demanda-Pinares	269	19,24%	89,22%	10,78%
Merindades	302	21,60%	47,35%	52,65%
Ribera del Duero	192	13,73%	100,00%	0,00%
<b>TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS</b>	<b>1.398</b>	<b>100,00%</b>		

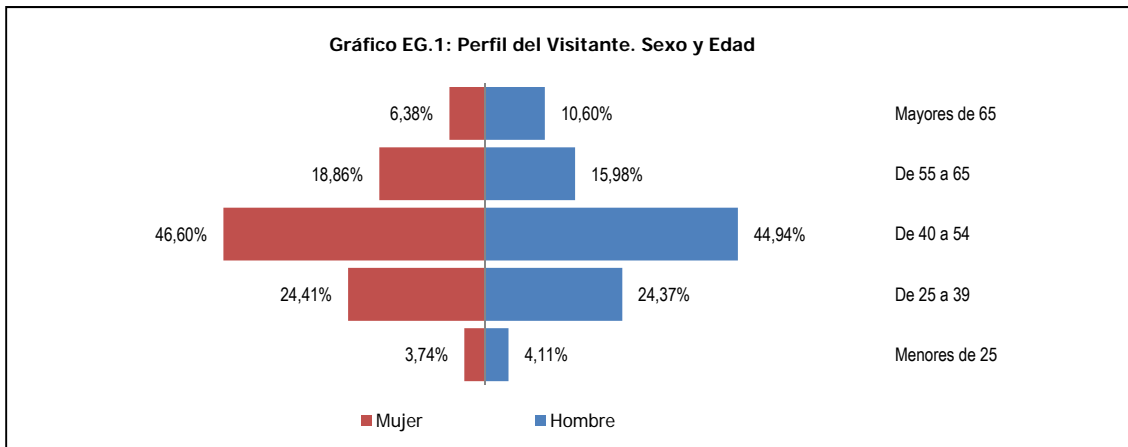
#### 4.1.2 Perfil del Visitante

La tabla EG.1 recoge los datos más relevantes relacionados con el perfil sociodemográfico del visitante, de la provincia en el año 2017. Puede observarse que, con carácter general, no se observan grandes diferencias entre el perfil del visitante del 2017 con relación al perfil de anteriores periodos de encuestación. Los aspectos más importantes a destacar son: en cuanto al sexo de los visitantes (Hombre: 46,56% y Mujer: 53,44%), el modo de viajes es principalmente en familia/pareja (41,34% / 32,90%), con un rango de edad entre 40 y 54 años (45,94%), con procedencia más acentuada de España (91,34%) y procede principalmente de Castilla y León (24,66%), País Vasco (22,06%) y Comunidad de Madrid (21,31%) siendo las provincias de procedencia Madrid (21,31%), Vizcaya (14,35%), Burgos (13,76%).

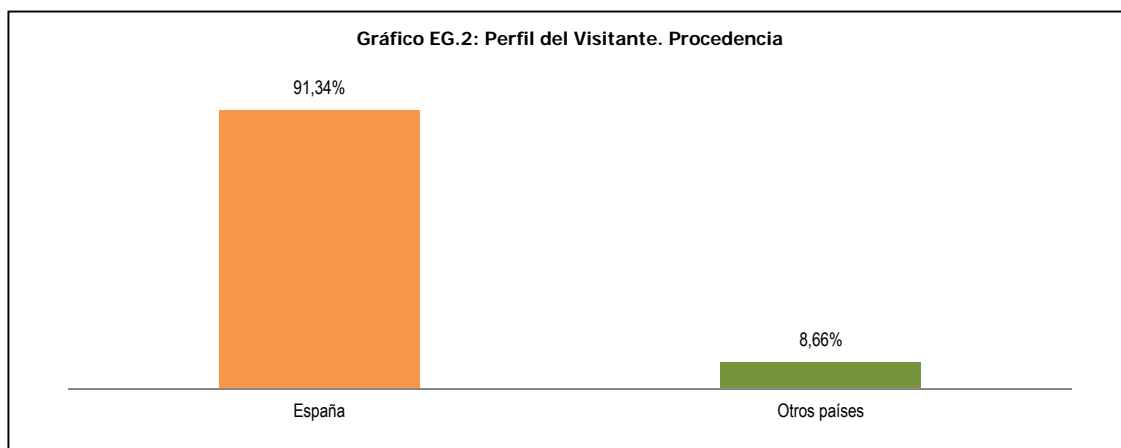
Respecto al nivel de estudios de los visitantes, la mayoría son universitarios 62,00%. Sobre la ocupación/profesión, trabaja por cuenta ajena (61,27%), trabajador por cuenta propia (13,33%) y jubilado (12,96%).

Tabla EG. 1: Perfil del Visitante		
Provincia de Burgos		
Sexo	Hombre (46,56%) / Mujer (53,44%)	
Edad	Entre 40 y 54 años (45,94%)	
Nivel de Estudios	Universitarios (62,00%)	
Modo de Viaje	1. En familia (41,34%) 2. En pareja (32,90%) 3. Con amigos (24,18%)	
Ocupación	1. Trabajador por cuenta ajena (61,27%) 2. Trabajador por cuenta propia (13,33%) 3. Jubilado (12,96%)	
Procedencia	España (91,34%)	
	Comunidad	Provincia
	1. Castilla y León (24,66%)	1. Madrid (21,31%)
	2. País Vasco (22,06%)	2. Vizcaya (14,35%)
	3. Comunidad de Madrid (21,31%)	3. Burgos (13,76%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.366 (97,71% del total)  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.362 (97,42% del total)  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Figura EG.1: Procedencia del Visitante Nacional (sobre 100%). Distribución por CC.AA. España**



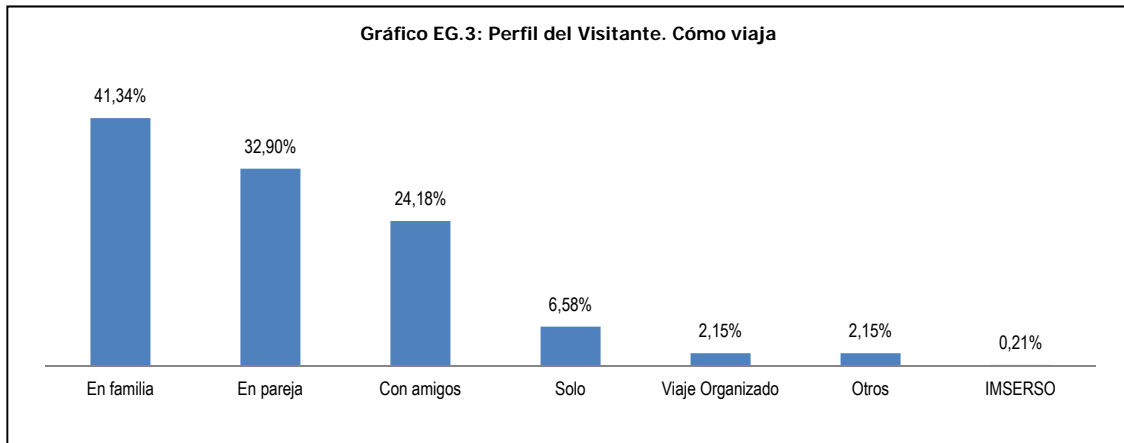
N = 1.192 (85,26% del total)  
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Figura EG.2: Procedencia del Visitante Internacional (sobre 100%). Distribución Continental**



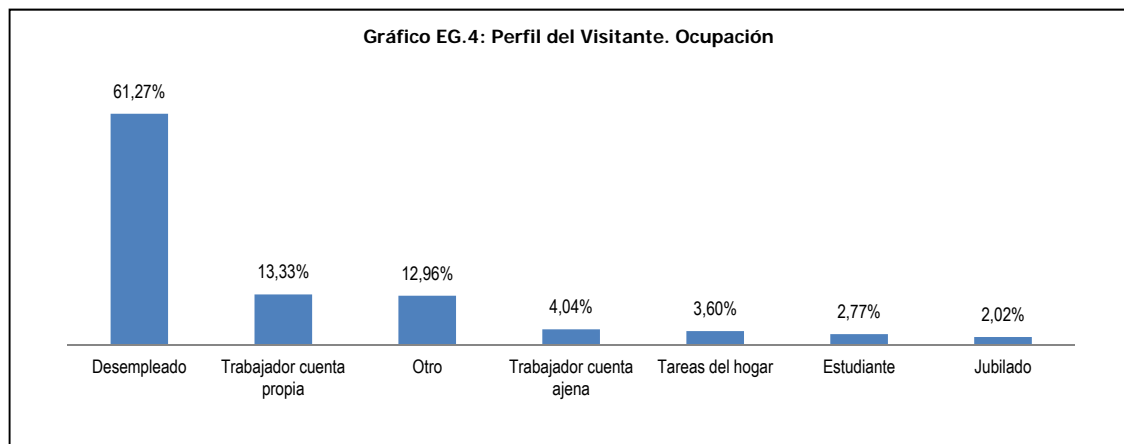
N = 117 (8,37% del total de otros países)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.398 (100,00% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.335 (95,49% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

#### 4.1.3 Preparación de la Visita

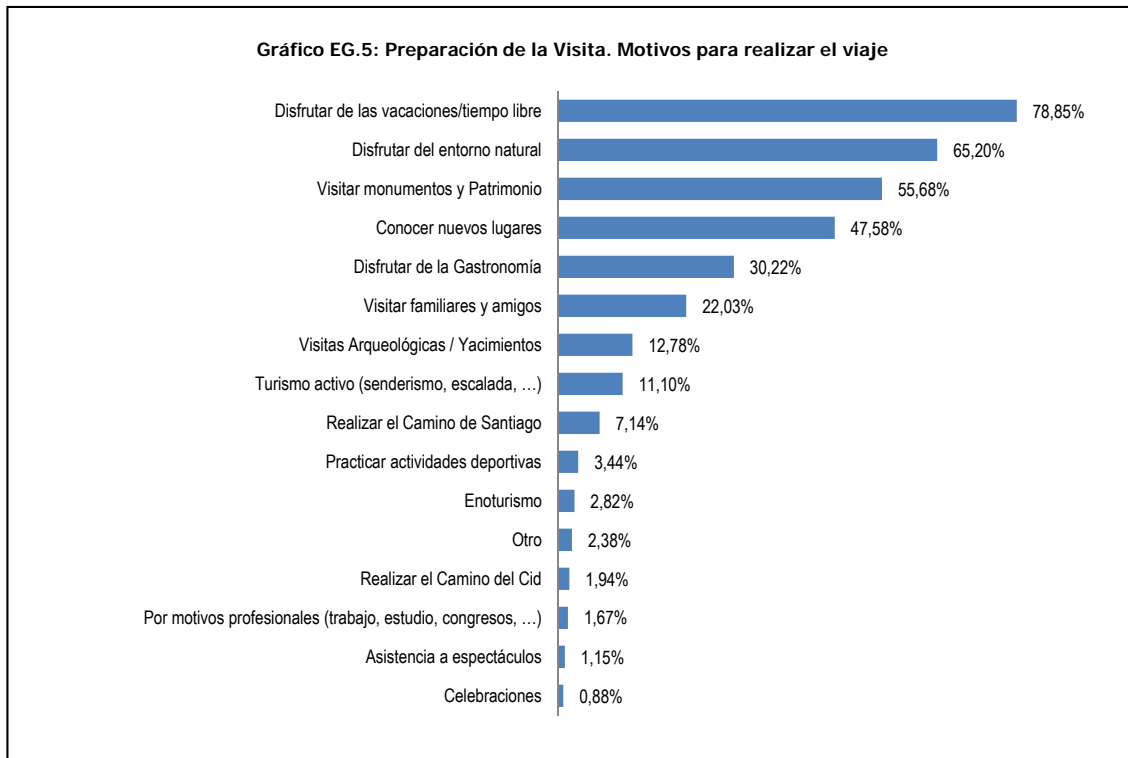
En la tabla EG.2 se incluye una visión general de los aspectos relacionados con la preparación de la visita: motivos, conocimiento previo, transporte, herramientas para contratar, etc.

Tabla EG. 2: Preparación de la Visita		
Provincia de Burgos		
Motivos para realizar el viaje (se muestran % >25%)	1. Disfrutar Vacaciones / Tiempo Libre (78,85%) 2. Disfrutar Entorno Natural (65,20%) 3. Visitar Monumentos y Patrimonio (55,68%) 4. Conocer nuevos lugares (47,58%)	
¿Ha estado antes en Burgos ciudad?	SI (85,72%)	
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	SI (80,27%)	
Conocimiento del destino	1. Amigos / Familia (47,57%) 2. Internet (23,82%) 3. Soy de la zona (14,64%)	
Tipo de transporte	Coche (87,73%)	
Organización de la visita	1. Sin contratación previa (70,19%) 2. Internet (24,12%)	
¿Ha utilizado internet para...?	Buscar información SI (52,71%)	Contratar / pagar SI (14,43%)
	Portales 1. Google (28,8%) 2. Portales Ayuntamientos (21,1%) 3. Booking (15,6%)	1. Booking (50,9%) 2. Atapuerca (7,3%) 3. Casa Rural Directa. (6,4%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Dentro de los **motivos para realizar la visita** nos encontramos con gran variedad de razones por las cuales han elegido visitar nuestra provincia. Los principales motivos para visitarla son: disfrutar de vacaciones y tiempo libre (78,85%), disfrutar del entorno natural (65,2%), visitar monumentos y Patrimonio (55,68%), Conocer nuevos lugares (47,57%) y disfrutar de la gastronomía (30,22%) (gráfico EG.5). En el año 2014 los resultados fueron: disfrutar de vacaciones y tiempo libre (40,6%); visitar monumentos y Patrimonio (37,3%), disfrutar del entorno natural (30,8%) y conocer nuevos lugares (24,9%).

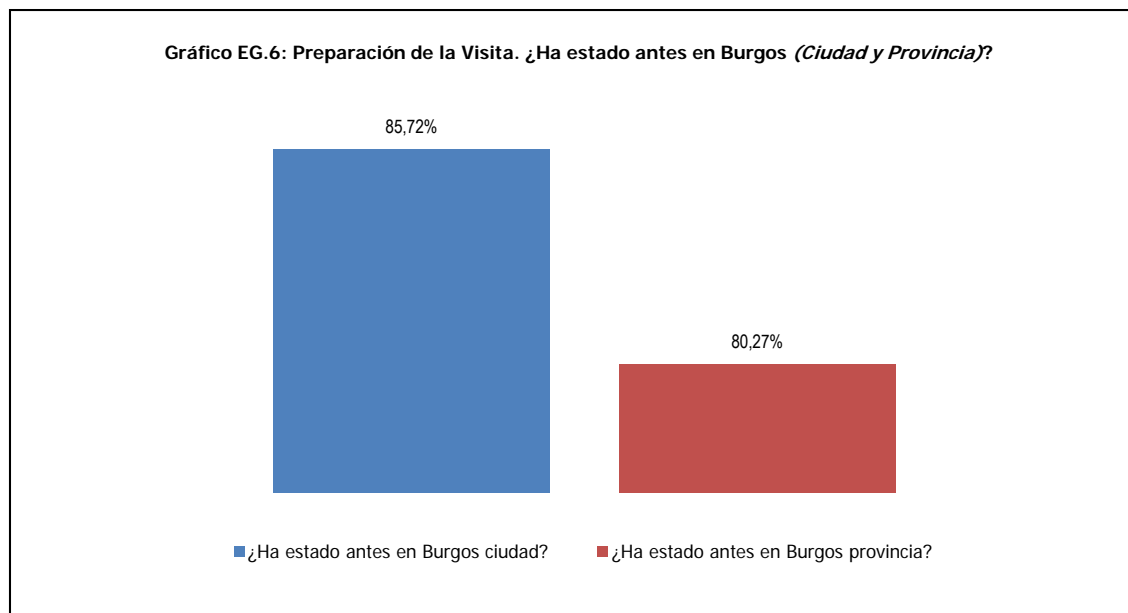




N = 3.914 (81,19% del total)

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, ya que el 80,27% había estado en la provincia y el 85,72% conocía la ciudad de Burgos. (gráfico EG.6); además, un 57,71% ha estado 4 o más veces entre nosotros. (tabla EG.3)



Ha estado antes en Burgos Ciudad: N = 1.338 (95,71% del total)

Ha estado antes en Burgos Provincia: N = 1.273 (91,06% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

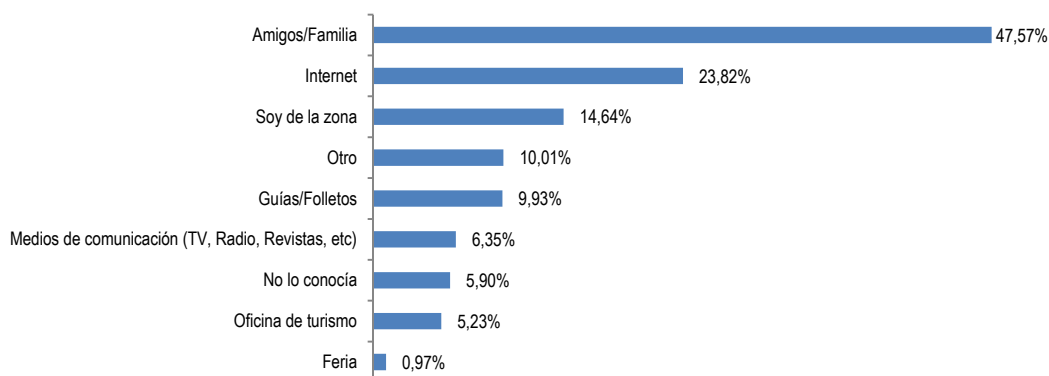


**Tabla EG.3: Número de veces que ha estado en la Ciudad y Provincia**

Ha estado en la ...	Ciudad	Provincia
1 vez	19,57%	12,62%
2 veces	24,51%	16,82%
3 veces	13,24%	12,85%
4 ó más veces	42,69%	57,71%

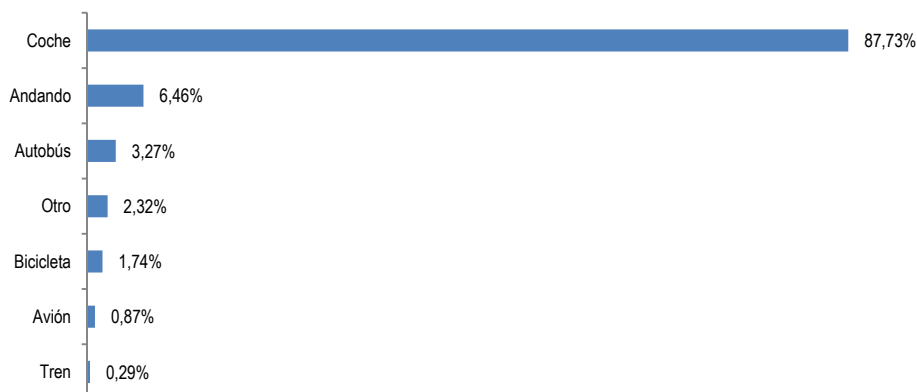
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 provincia es: amigos y familiares (47,57%) e internet 23,82% (gráfico EG.7); frente a los datos observados en el año 2014: familiares y amigos (37,4%), ser de la zona (25,9%) e Internet (25,2%). En relación con la organización del viaje principalmente se realiza sin contratación previa (70,19%) y utilizando en coche (87,73%). De los que usan internet el 52,71 % lo hacen para buscar información y el 14,43% también para contratar o pagar.

**Gráfico EG.7: Preparación de la Visita. Conocimiento del Destino**

N = 1.339 (95,78% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

**Gráfico EG.8: Preparación de la Visita. Tipo de Transporte**

N = 1.377 (98,50% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Del 14,43% de visitantes que usan internet para **contratar o pagar** algo relacionado con su visita, lo hacen en los siguientes portales: *Booking (50,9%), Atapuerca (7,3%), Casa Rural directamente (6,4%) y Toprural (5,5%)*.



N = 1.345 (96,21% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

#### 4.1.4 Visita

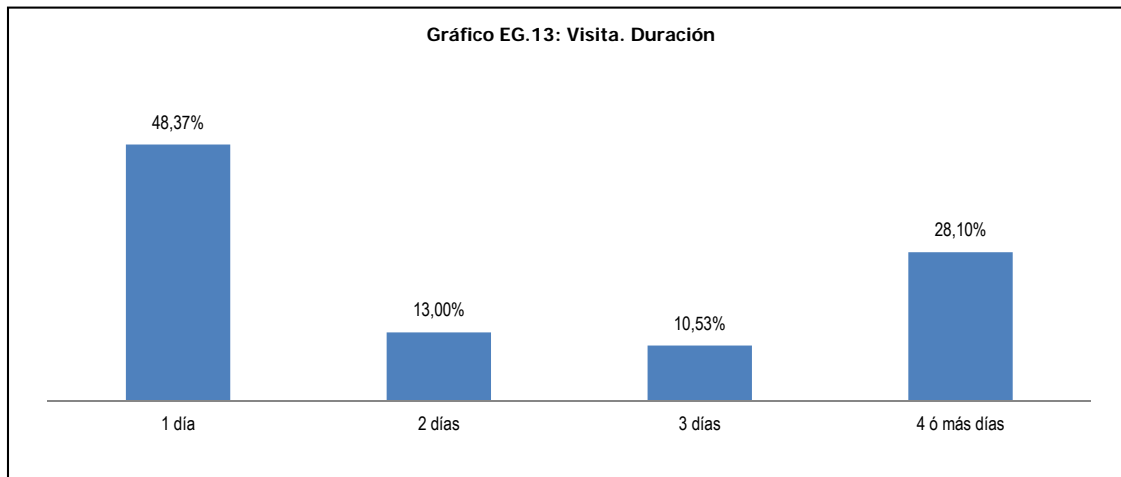
La tabla EG.4 ofrece una visión general de los aspectos relacionados con la visita: duración, pernотaciones, itinerario, gastos, lugares visitados, etc.

Tabla EG.4: Visita	
Provincia de Burgos	
Duración	1 día (48,37%) y 4 ó más días (28,10%)
Pernoctación	Si (56,99%)
Tipo principal de alojamiento	1. Familiares / Amigos (27,63%) 2. Hotel (26,36%)
Itinerario realizado	Sólo Burgos Provincia (59,15%)
Principales gastos de la visita*	1. Restauración (1,72 sobre 7) 2. Alojamiento (2,00 sobre 7) 3. Bares / Cafeterías (2,52 sobre 7)
Gasto total de la visita (€/persona/día)	<60€ (68,01%)
Satisfacción global	4,57 sobre 5
Satisfacción aspectos visita	1. Punto de Información Turística (4,24 sobre 5) 2. Espacio Culturales (4,23 sobre 5) 3. Folletos / Mapas (4,22 sobre 5) 4. Guías Turísticos Locales (4,20 sobre 5)
Incidencias en la visita	1. Museos y Monumentos (29,31%) 2. Alojamiento (17,24%)

\* Grado de gasto de 1 (mayor a 7 (menor)

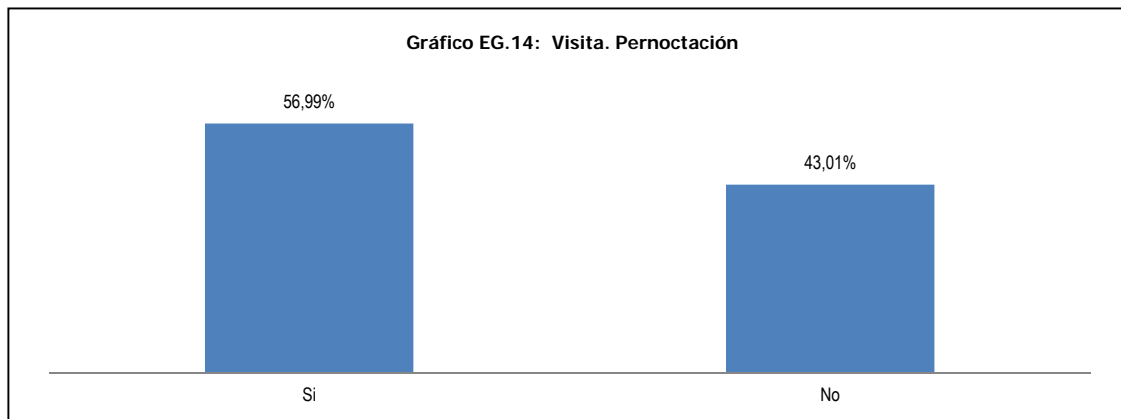
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La **duración de la visita** de los turistas en el año 2017 no presenta diferencias significativas en relación con 2014 ya que en la provincia permanecieron 4 ó más días el 28,10% y un día permanecieron el 48,37% (tabla EG.7) frente el 26,7% y el 42,3% respectivamente en 2014. Además, 56,99% de los visitantes de la provincia indican que si pernотan en 2017 frente al 68,6% en el año 2014).



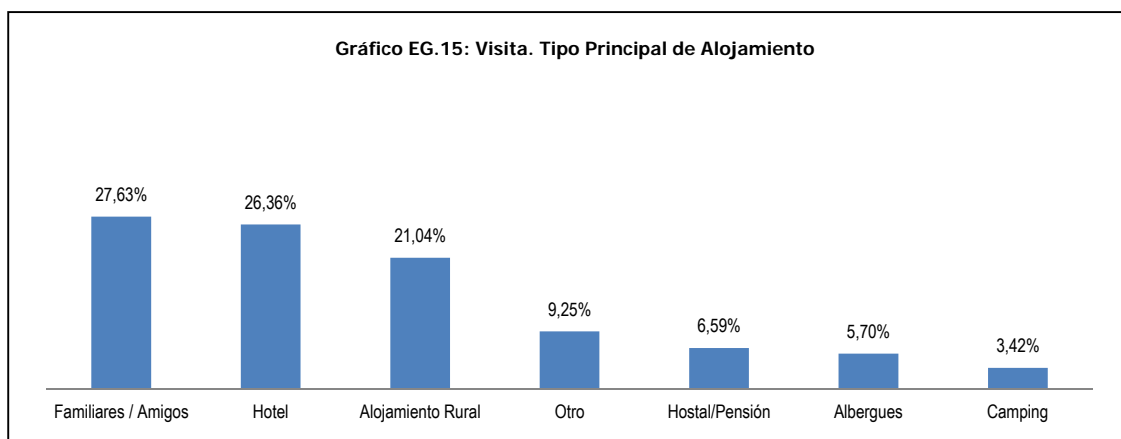
N = 1.377 (98,50% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.309 (93,63% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

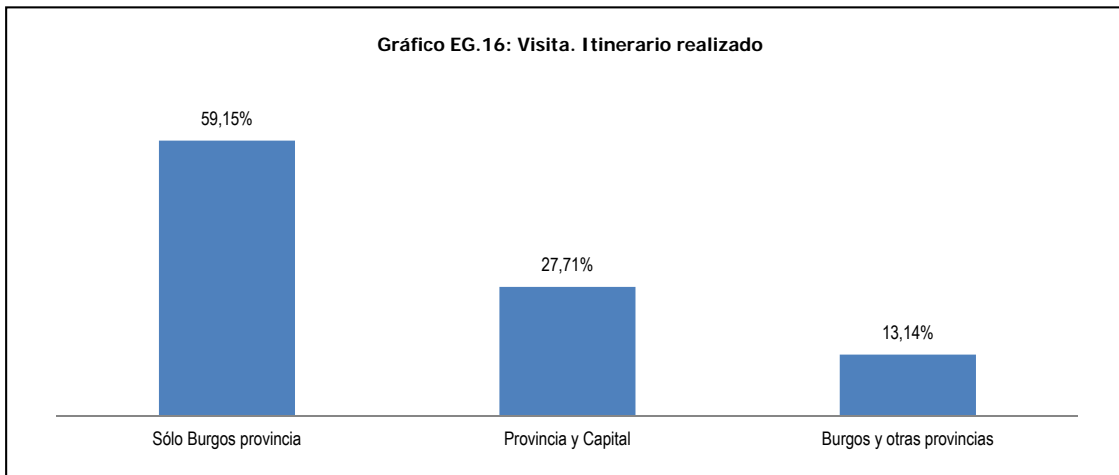


N = 789 (56,44% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

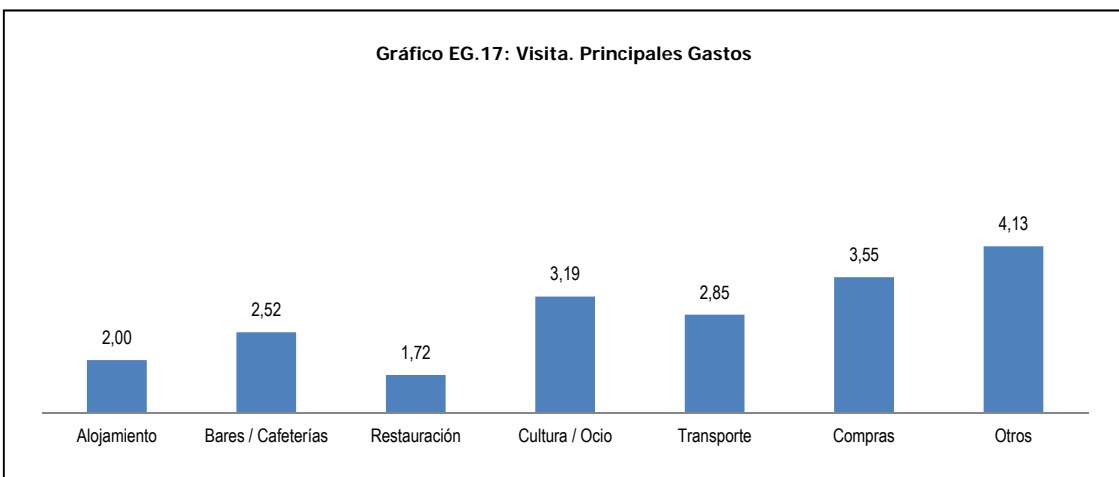
El **tipo de alojamiento** mayoritariamente elegido es en casa de familiares o amigos (27,63%) y en hoteles (26,36%) y un 21,04% en alojamientos rurales. Los principales gastos se realizan en restauración, alojamiento y bares-cafeterías, por este orden; además, un 59,15% sólo visitan la provincia en este viaje y un 27,71% aprovechan para acercarse a la ciudad de Burgos (gráficos EG.15, EG.16. y

EG.17). El gasto total en la visita por persona y día indica mayoritariamente un gasto menor de 60€ tanto (68,01 en 2017 y un 60,3% en 2014) entre 61 a 100 € el 22,70% en el año 2017 frente al 27,6% en 2014, lo que pone de manifiesto un descenso en el gasto por persona y día (gráfico EG.18).



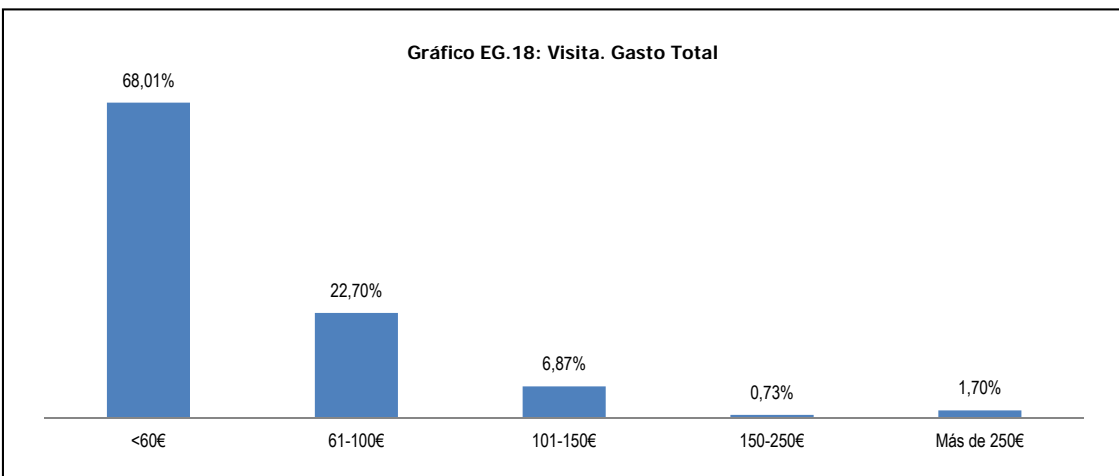
N = 1.339 (95,78% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.053 (75,32% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.238 (88,56% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

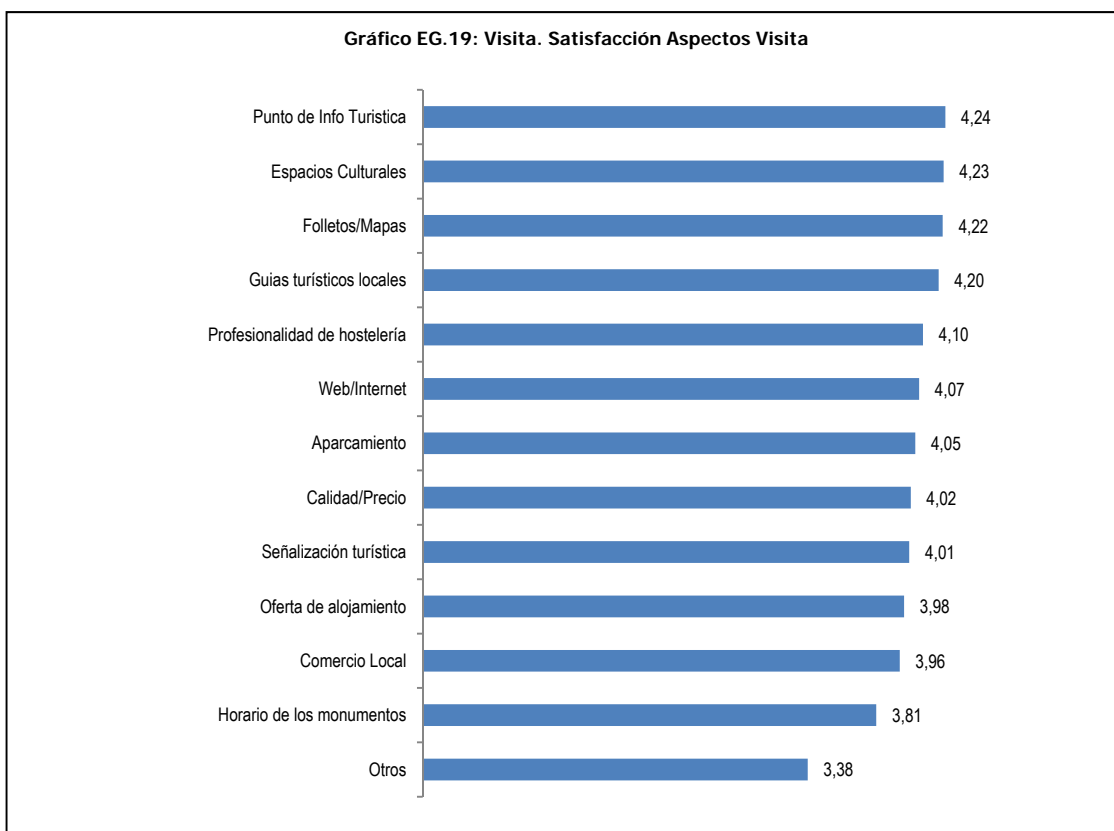
En cuanto a la **satisfacción global** con la visita se ha de destacar que se mantienen las altas valoraciones realizadas por los visitantes en la provincia (tabla EG.5). Sobre una escala de 1 a 5, se ha obtenido una puntuación de 4,57 frente al 4,42 obtenido en el año 2014, manteniendo así una tendencia creciente en los distintos periodos de encuestación.

Tabla EG.5: Descriptivos Satisfacción Global con la Visita		
Provincia		
N	Media	Desviación Típica
1.181	4,57 sobre 5	0,631

Nota: N = 1.181 (84,48% del total).

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

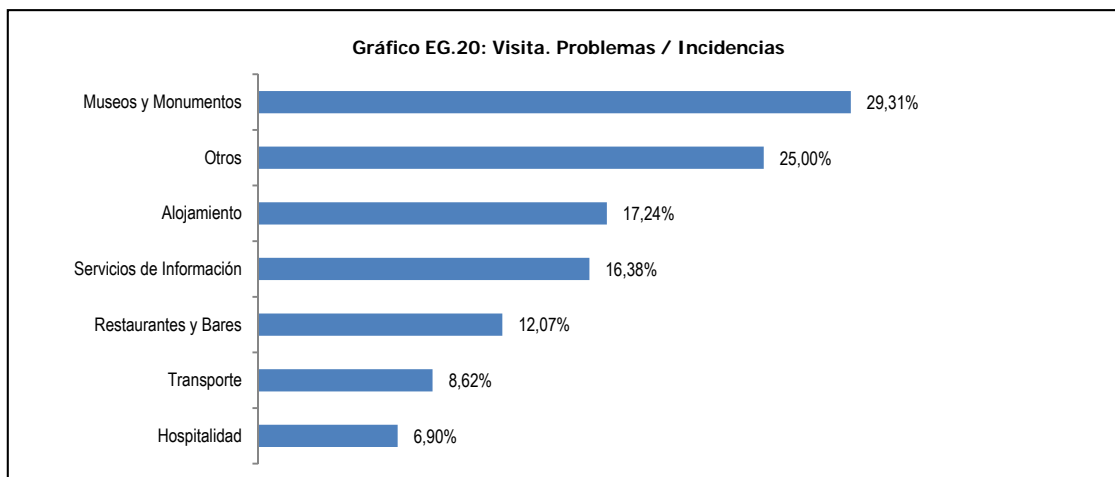
Los visitantes, se mantienen altamente satisfechos con todos los aspectos considerados (medias superiores a 3,5 sobre 5 en todos los ítems). De todos los aspectos sobre los que se pregunta, destacan aspectos como los puntos de información (4,24), espacios culturales (4,23). Los aspectos con un menor grado de satisfacción entre los visitantes de la provincia son: la oferta de alojamientos (3,98), el comercio local (3,96), el horario de los monumentos (3,81); aunque en este último se ha producido un ligero aumento en la satisfacción, ya que en 2014 el valor medio asignado era de 3,52. También se ha observado una ligera mejora en la satisfacción con la señalización turística ya que en 2014 era de 3,61 y en el 2017 ha sido de 4,01 (gráfico EG.19). A pesar de este elevado grado de satisfacción las principales incidencias están relacionadas con los museos y monumentos, los alojamientos y los servicios de información (gráfico EG.20).



N = 1.332 (95,28% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB





N = 116 (8,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

#### 4.1.5 Fidelización

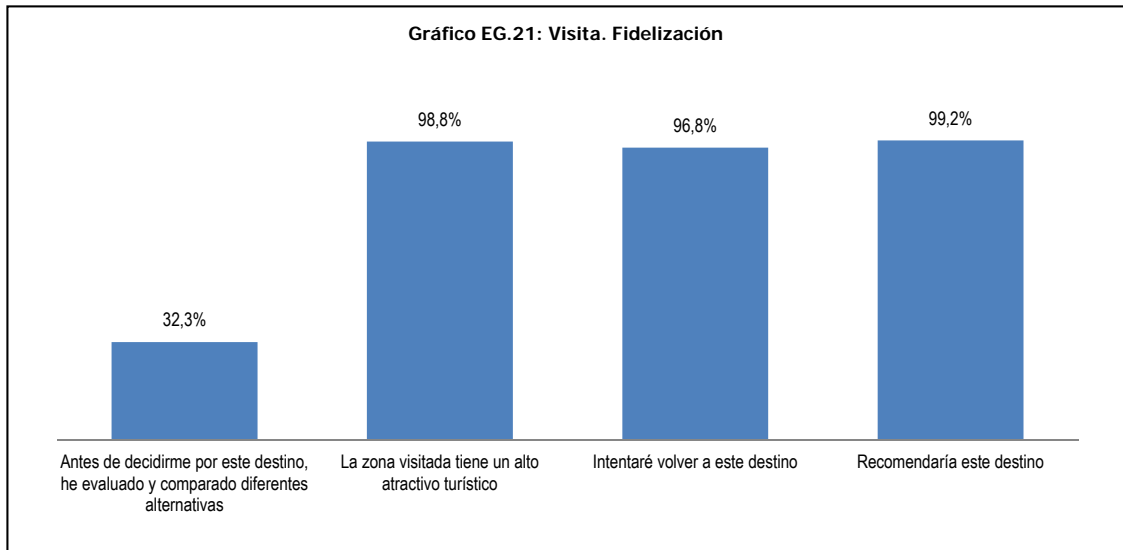
Para valorar **la fidelización de los visitantes** se realizan preguntas sobre recomendación del destino, la posibilidad de volver, etc. Igualmente también se recogen literalmente los servicios a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideran oportunas.

La conclusión al analizar estos aspectos son los altísimos porcentajes obtenidos de fidelización, destacando que el 99,6% de los visitantes de la provincia recomienda este (tabla EG.6 y gráfico EG.21); así mismo se mantienen muy elevados los porcentajes del potencial de atracción turística que tiene la provincia (tabla EG.6).

Tabla EG.6: Fidelización		
Provincia de Burgos	2014	2017
<b>Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas</b> N = 1.334 (95,42% del total)	25,60%	32,30%
<b>La zona visitada tiene un alto atractivo turístico</b> N = 1.347 (96,35% del total)	97,10%	98,80%
<b>Intentaré volver a este destino</b> N = 1.342 (95,99% del total)	95,30%	96,80%
<b>Recomendaría este destino</b> N = 1.312 (93,85% del total)	99,20%	99,20%

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB





N = 116 (8,30% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La mayoría recomendarían la visita a la provincia por su belleza, por su cultura e historia, por sus paisajes y naturaleza, por su gastronomía. Los visitantes aprecian también la tranquilidad de los pueblos de la provincia. Un 74,25% nos indica algún motivo por el que **recomendaría visitar** la provincia de Burgos, destacando:



N = 1.038 (74,25% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

#### 4.1.6 Mejoras

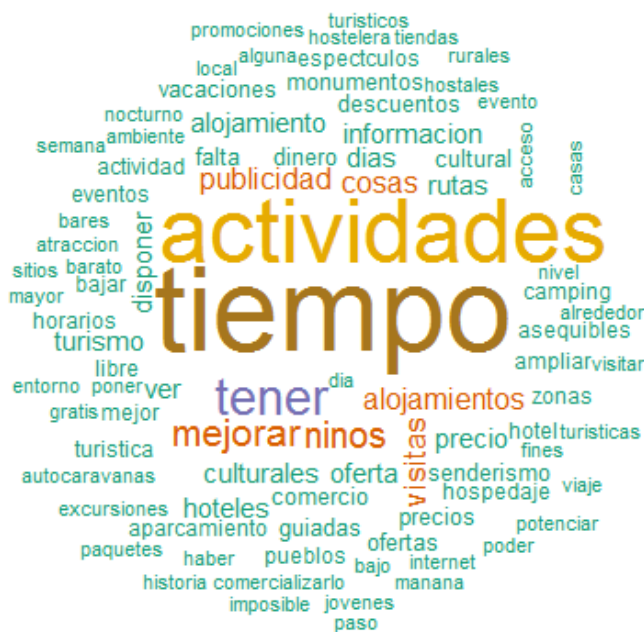
Un 46,35% indica algún aspecto que se podrían **mejorar**, destacando:



N = 648 (46,35% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Un 18,24% indica algún aspecto que podría hacerle **quedarse más días** en su visita a la provincia de Burgos, destacando:



N = 255 (18,24% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

#### 4.1.7 Análisis Comparativo del Perfil y la Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos (2014 – 2017)

A continuación, se analizan de manera comparativa los datos obtenidos, para **los años 2014 y 2017**, a través de la encuesta personal a los turistas que han visitado la provincia de Burgos. Esta información nos permitirá conocer la existencia o no de diferencias estadísticamente significativas en los diferentes aspectos a investigar sobre el perfil sociodemográfico del turista, la forma de organizar su viaje, el uso de las nuevas tecnologías en todo el proceso, los motivos de su visita, las actividades realizadas o lugares visitados, su grado de satisfacción, sus recomendaciones/mejoras y su intención de volver o de recomendar la visita, si bien alguno de ellos ya se han comentado en los apartados anteriores.

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

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

En este informe final, al igual que en el anterior período y dada la extensión que supondría unos análisis de este tipo para los dos periodos de encuestación y con tantas variables, hemos optado por presentar de manera gráfica los resultados obtenidos en cada uno de los periodos de encuestación para aquellos ítems donde con carácter general, pueden presentarse diferencias en cada uno de ellos. Por otro lado, consideramos que con la simple observación de las tablas y gráficos que figuran a continuación podemos visualizar los principales resultados, teniendo en cuenta que:

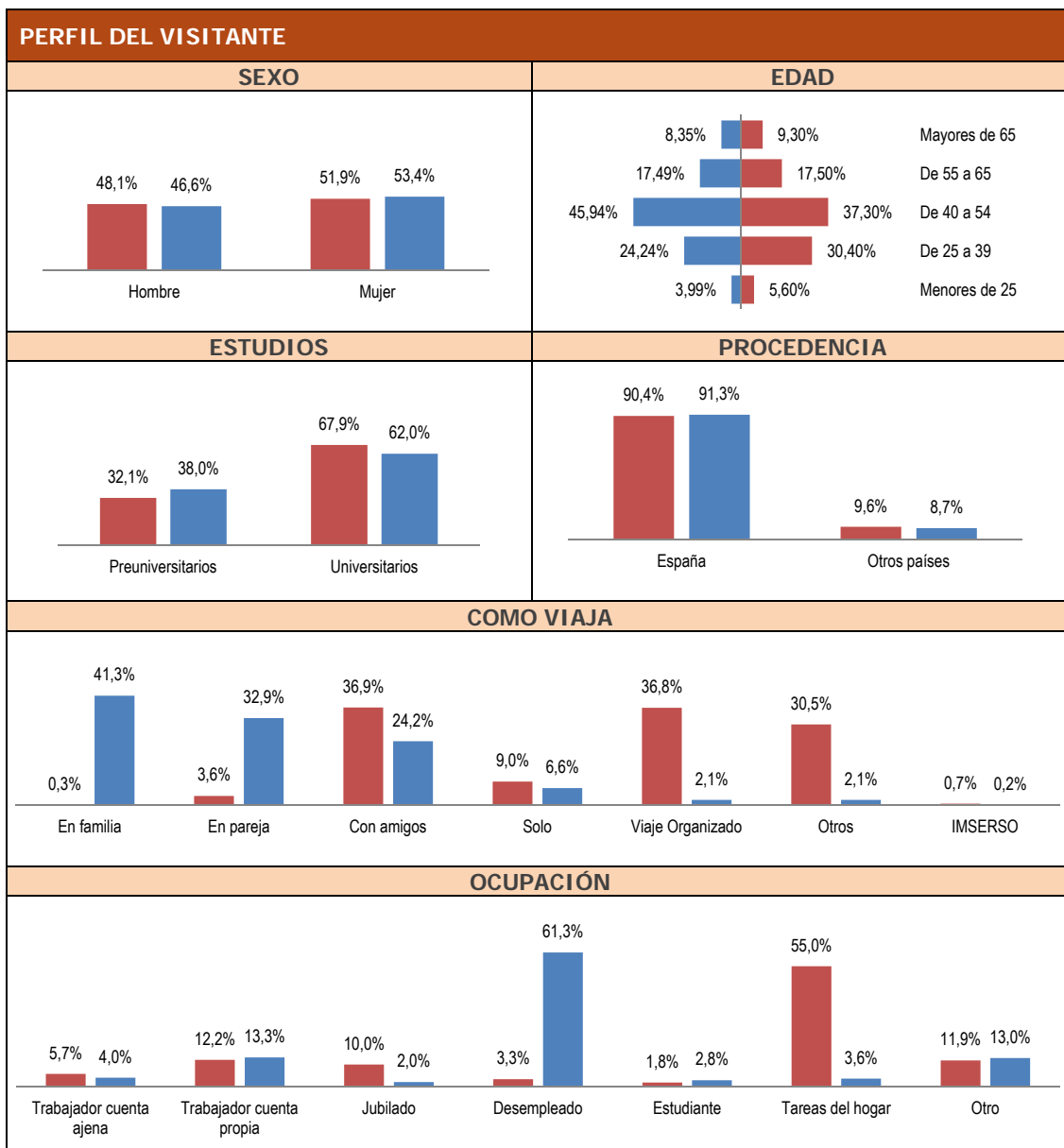
En **Rojo**: corresponde con los valores medios obtenidos en el año 2014

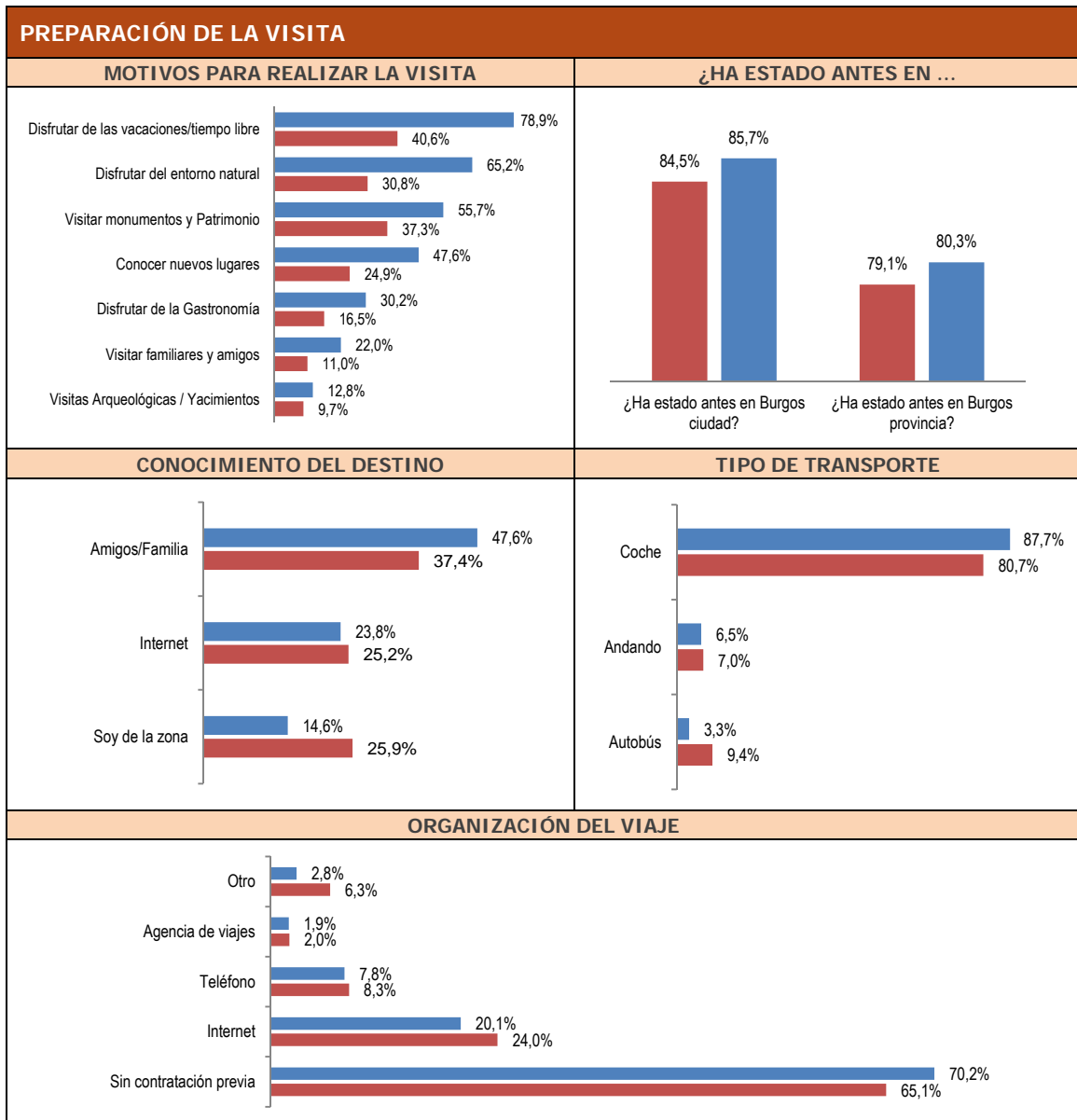
En **Azul**: corresponde con los valores medios obtenidos en el año 2017



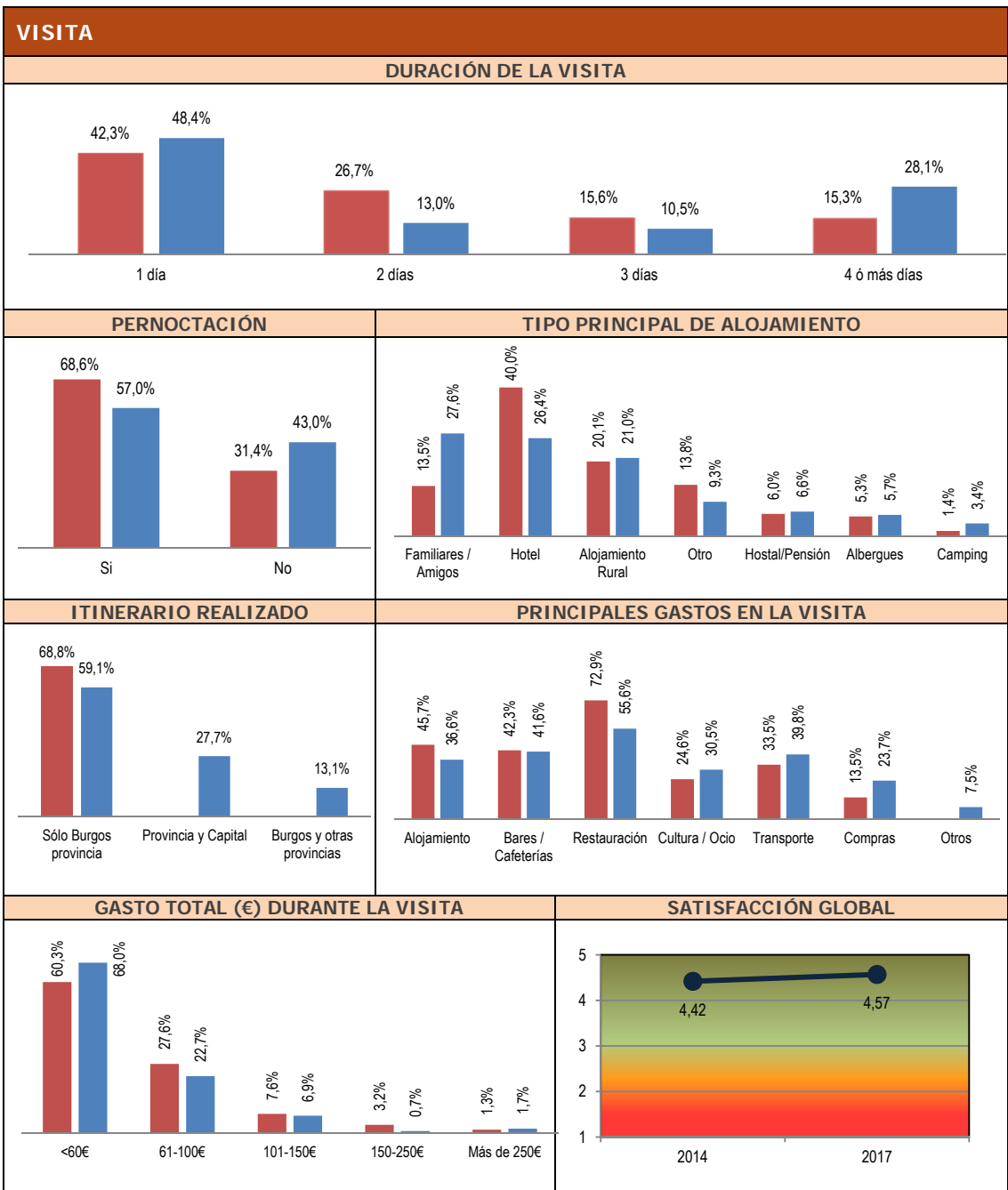


En **Rojo**: ejercicio 2014 y en **Azul**: ejercicio 2017.



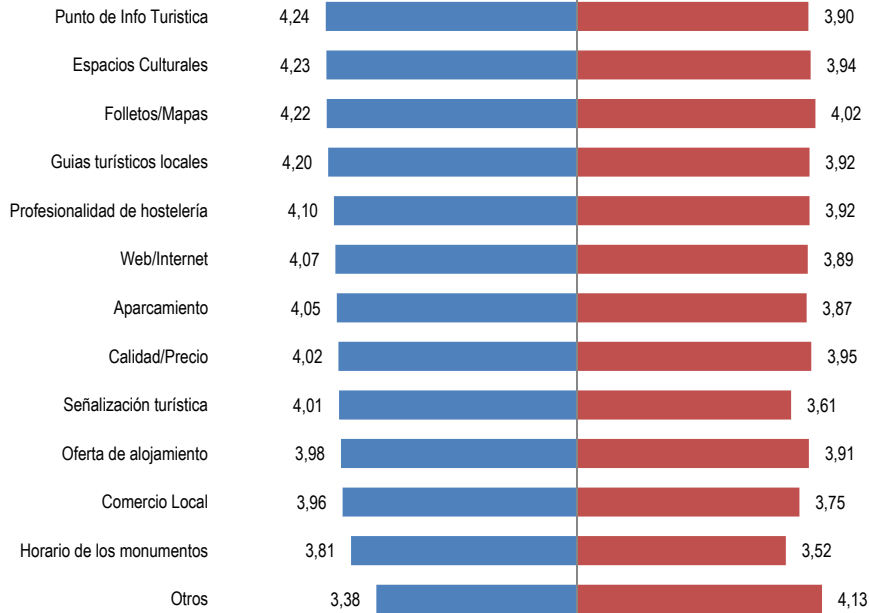




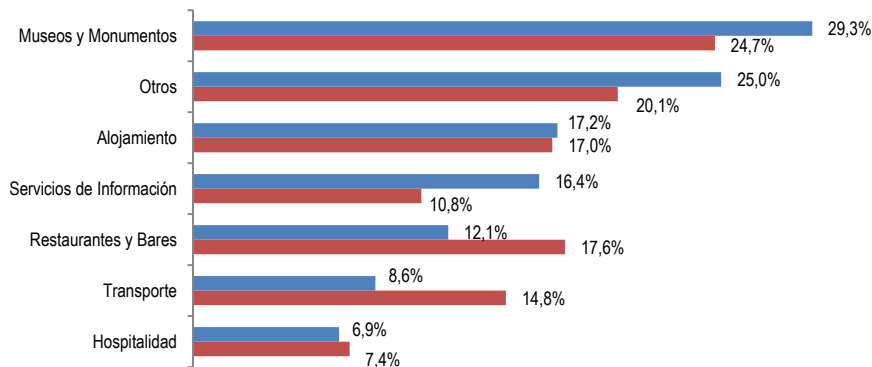


## VISITA

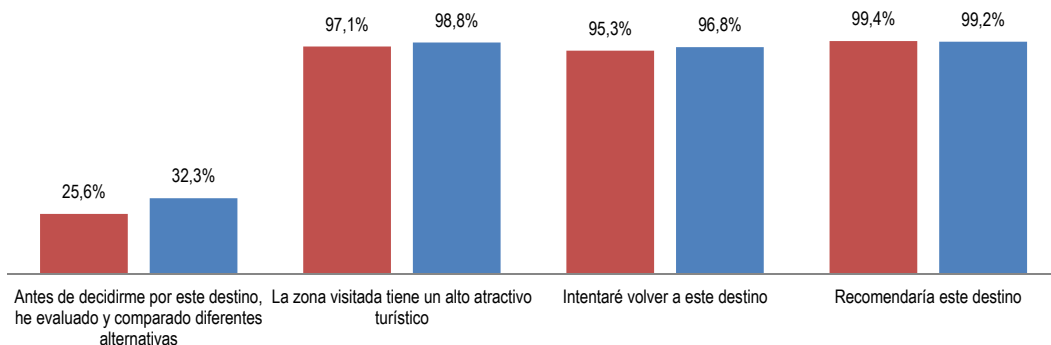
### SATISFACCIÓN ASPECTOS DE VISITA



### PROBLEMAS / INCIDENCIAS



## FIDELIZACIÓN



EVOLUCIÓN HISTÓRICA SATISFACCIÓN CON ÍTEMES COINCIDENTES EN PROVINCIA																																									
<p><b>Señalización Turística</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,55</td><td>3,67</td><td>3,58</td><td>3,65</td><td>3,60</td><td>3,81</td><td>3,99</td><td>4,03</td><td>4,00</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,55	3,67	3,58	3,65	3,60	3,81	3,99	4,03	4,00	<p><b>Espacios Culturales (Museos, Exposiciones,...)</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,67</td><td>3,99</td><td>4,15</td><td>3,90</td><td>3,88</td><td>4,01</td><td>4,16</td><td>4,30</td><td>4,16</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,67	3,99	4,15	3,90	3,88	4,01	4,16	4,30	4,16
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,55	3,67	3,58	3,65	3,60	3,81	3,99	4,03	4,00																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,67	3,99	4,15	3,90	3,88	4,01	4,16	4,30	4,16																																
<p><b>Profesionalidad de Hostelería</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,88</td><td>3,99</td><td>4,03</td><td>3,90</td><td>3,80</td><td>4,00</td><td>4,07</td><td>4,12</td><td>4,11</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,88	3,99	4,03	3,90	3,80	4,00	4,07	4,12	4,11	<p><b>Punto de Información Turística</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,91</td><td>4,01</td><td>3,90</td><td>3,95</td><td>3,84</td><td>3,91</td><td>4,27</td><td>4,24</td><td>4,20</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,91	4,01	3,90	3,95	3,84	3,91	4,27	4,24	4,20
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,88	3,99	4,03	3,90	3,80	4,00	4,07	4,12	4,11																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,91	4,01	3,90	3,95	3,84	3,91	4,27	4,24	4,20																																
<p><b>Horario de los Monumentos</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,49</td><td>3,63</td><td>3,51</td><td>3,53</td><td>3,51</td><td>3,67</td><td>3,78</td><td>3,97</td><td>3,58</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,49	3,63	3,51	3,53	3,51	3,67	3,78	3,97	3,58	<p><b>Oferta de Alojamiento</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,88</td><td>4,01</td><td>3,88</td><td>3,89</td><td>3,94</td><td>4,06</td><td>4,03</td><td>4,01</td><td>3,90</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,88	4,01	3,88	3,89	3,94	4,06	4,03	4,01	3,90
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,49	3,63	3,51	3,53	3,51	3,67	3,78	3,97	3,58																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,88	4,01	3,88	3,89	3,94	4,06	4,03	4,01	3,90																																
<p><b>Guía Turísticos Locales</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,97</td><td>4,27</td><td>4,14</td><td>3,87</td><td>3,86</td><td>4,36</td><td>4,07</td><td>4,28</td><td>4,20</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,97	4,27	4,14	3,87	3,86	4,36	4,07	4,28	4,20	<p><b>Calidad / Precio en Restauración</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,80</td><td>3,99</td><td>4,07</td><td>3,90</td><td>3,77</td><td>3,86</td><td>4,02</td><td>4,00</td><td>4,06</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,80	3,99	4,07	3,90	3,77	3,86	4,02	4,00	4,06
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,97	4,27	4,14	3,87	3,86	4,36	4,07	4,28	4,20																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,80	3,99	4,07	3,90	3,77	3,86	4,02	4,00	4,06																																
<p><b>Webs / Internet</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,77</td><td>3,98</td><td>4,10</td><td>3,83</td><td>3,78</td><td>4,04</td><td>3,95</td><td>4,08</td><td>4,18</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,77	3,98	4,10	3,83	3,78	4,04	3,95	4,08	4,18	<p><b>Aparcamiento</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,77</td><td>4,16</td><td>4,04</td><td>3,80</td><td>3,81</td><td>4,14</td><td>3,89</td><td>4,05</td><td>4,19</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,77	4,16	4,04	3,80	3,81	4,14	3,89	4,05	4,19
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,77	3,98	4,10	3,83	3,78	4,04	3,95	4,08	4,18																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,77	4,16	4,04	3,80	3,81	4,14	3,89	4,05	4,19																																
<p><b>Comercio Local</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,57</td><td>3,89</td><td>4,07</td><td>3,68</td><td>3,66</td><td>3,90</td><td>4,05</td><td>3,90</td><td>3,94</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,57	3,89	4,07	3,68	3,66	3,90	4,05	3,90	3,94	<p><b>Folletos / Mapas</b></p> <table border="1"> <tr><th>Fecha</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td></tr> <tr><th>Valor</th><td>3,90</td><td>4,18</td><td>4,11</td><td>4,05</td><td>3,91</td><td>4,06</td><td>4,21</td><td>4,25</td><td>4,20</td></tr> </table>	Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17	Valor	3,90	4,18	4,11	4,05	3,91	4,06	4,21	4,25	4,20
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,57	3,89	4,07	3,68	3,66	3,90	4,05	3,90	3,94																																
Fecha	Jn-Sp 13	Oct13-En14	Fe-My 14	Jn-Sp 14	Oct14-En15	Fe-My 15	Fe-My 17	Jn-Sp 17	Oct-Dic 17																																
Valor	3,90	4,18	4,11	4,05	3,91	4,06	4,21	4,25	4,20																																



### Variaciones más significativas

En un análisis de la comparativa de los resultados del perfil y la percepción del visitante de la provincia de Burgos en los años 2014 y 2017 se observa que ha aumentado la proporción de visitantes en el tramo de edad de 40 a 54 años, pasando de 37,3% al 45,94%, disminuyendo los correspondientes al tramo de 25 a 39 años, pasando del 30,40% al 24,24%; en relación con el nivel de estudios se ha incrementado en 5,9 puntos porcentuales (p.p.) el que posee estudios universitarios, mientras que la procedencia sigue siendo mayoritariamente nacional (90,4%).

Si consideramos el motivo de la visita vemos que se ha incrementado en más de 30 p.p. el que viene a disfrutar del entorno natural y en 15 p.p. el disfrutar de la gastronomía; también se ha incrementado en 7 p.p. el uso del coche como medio de transporte utilizado y en 10 p.p. el conocimiento del destino a través de amigos y familiares ya que el 80% ya había estado en Burgos capital o en la provincia.

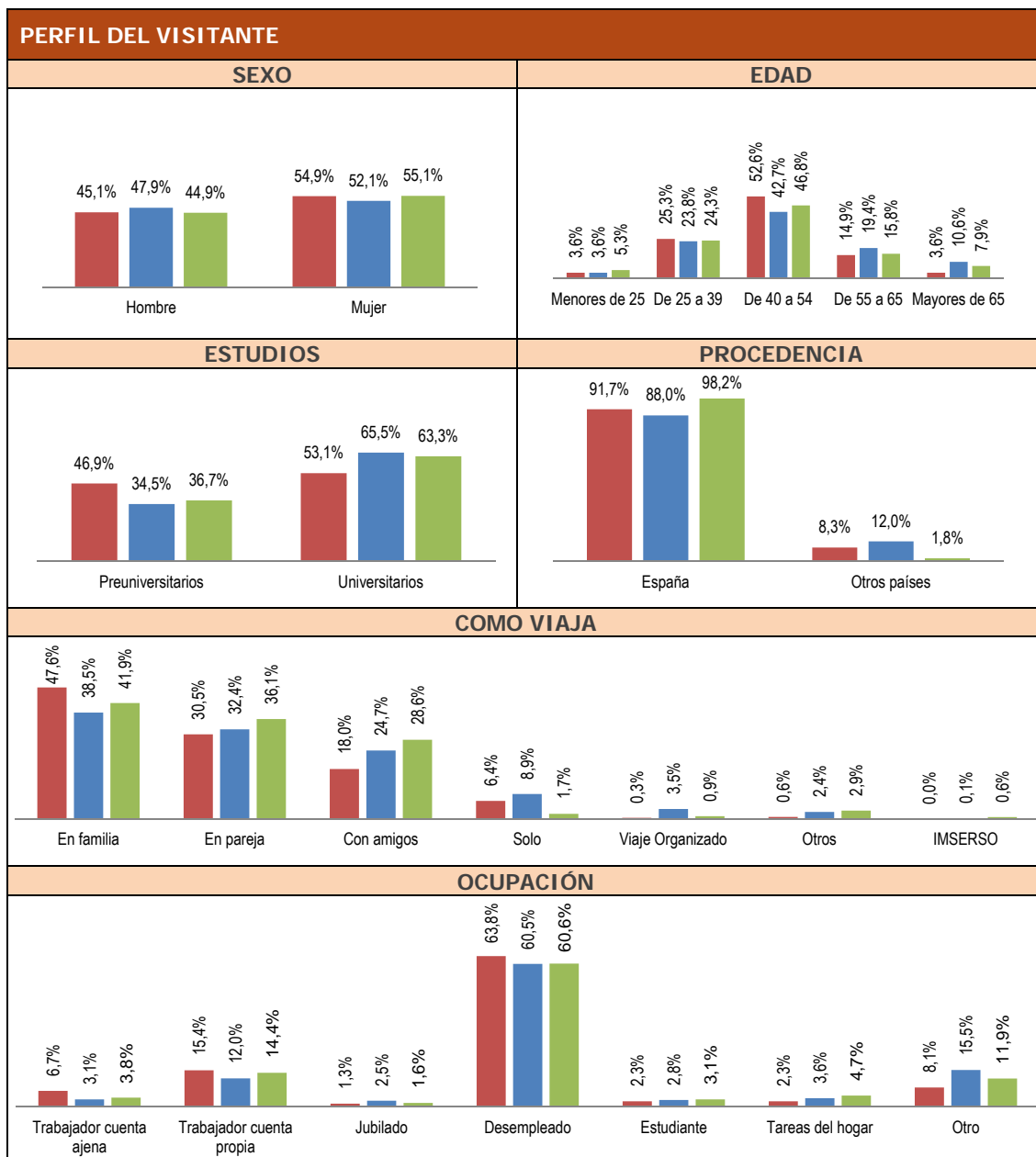
En relación con la visita observamos que ha aumentado en 6 p.p. los visitantes de día y en 13 p.p. los que permanecen 4 días o más pasando a sólo el 13 % los que están dos días. Por otro lado, ha aumentado en 11,6 p.p. los visitantes que no se alojan, incrementándose considerablemente los que se alojan en residencias de amigos y familiares del 13,5 % en 2014 al 27,6% en 2017, disminuyendo en 13,7 p.p. los que lo hacen en establecimiento hoteleros. También se ha observado una disminución en los gastos de alojamiento y restauración incrementándose los de transporte y compras, siendo mayor el porcentaje de visitantes cuyos gastos por día durante la visita es inferior a 60 € pasando del 60,3% en 2014 al 68,0% en 2017.

Por otro lado, el grado de satisfacción general sigue aumentando ligeramente, pues existía ya un elevado grado de satisfacción, pasando de 4,42 sobre 5 en 2014 a 4,57 en 2017; habiéndose producido un incremento en la satisfacción en todos los aspectos considerados destacando los valores obtenidos en los puntos de información turística, los espacios culturales, la señalización turística y los horarios de los monumentos, si bien este último sigue siendo el que presenta un menor grado de satisfacción. En todos los casos puede observarse en los gráficos correspondientes a la evolución histórica que la tendencia en el grado de satisfacción es creciente y sostenidas en el tiempo desde que comenzamos el estudio en verano del año 2013.

Los visitantes siguen evaluando cada vez más las ofertas del destino ya que ha pasado del 25,6% al 32,3% los que han evaluado y comparado las diferentes alternativas antes de decidirse por el destino burgalés. Además, se sigue manteniendo la percepción del alto atractivo turístico de la zona y los que intentarían volver al destino, así como los que recomendarían el destino.

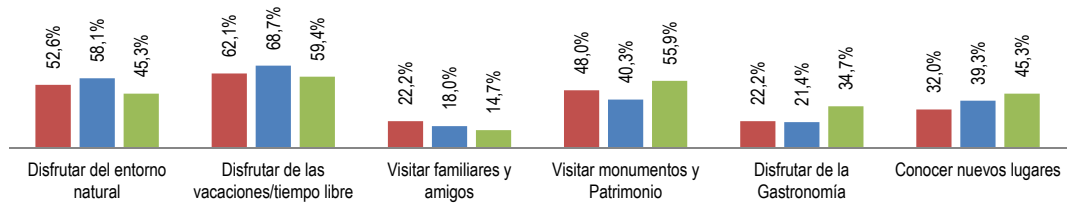
#### 4.1.8 Análisis del Perfil y la Percepción de los Visitantes. Comparativa por periodos en 2017

En **Rojo**: de Febrero a Mayo de 2017, en **Azul**: de Junio a Septiembre de 2017 y en **Verde**: de Octubre a Diciembre de 2017.

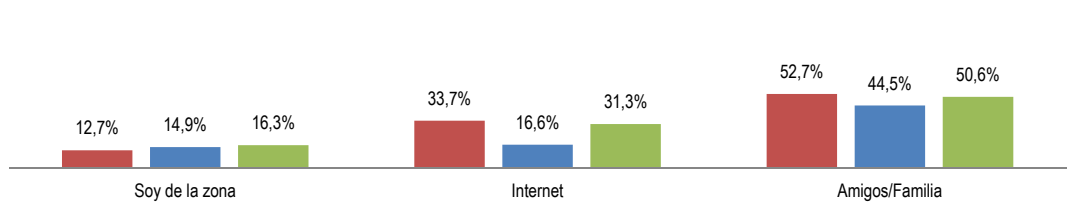


## PREPARACIÓN DE LA VISITA

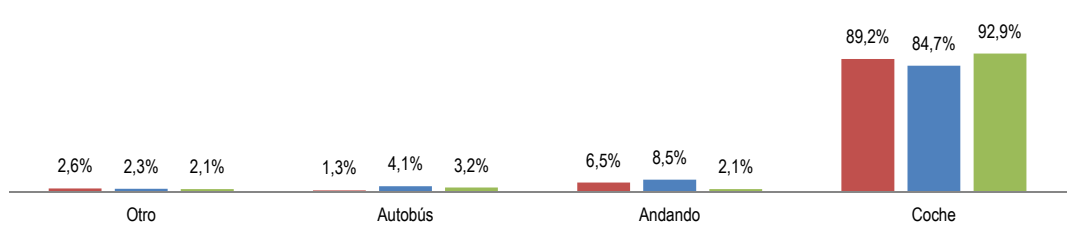
### MOTIVOS PARA REALIZAR LA VISITA



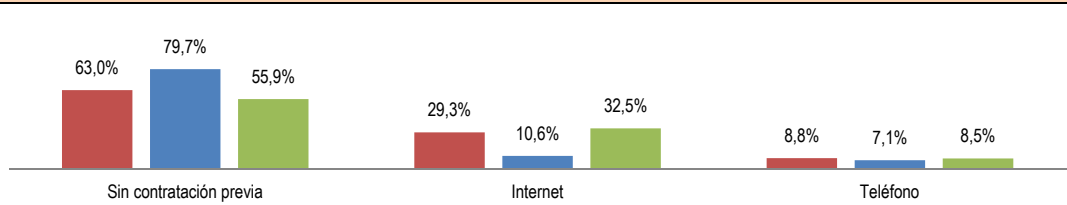
### CONOCIMIENTO DEL DESTINO



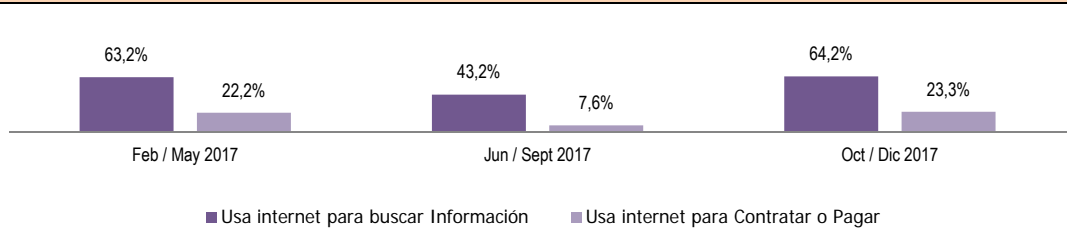
### TIPO DE TRANSPORTE



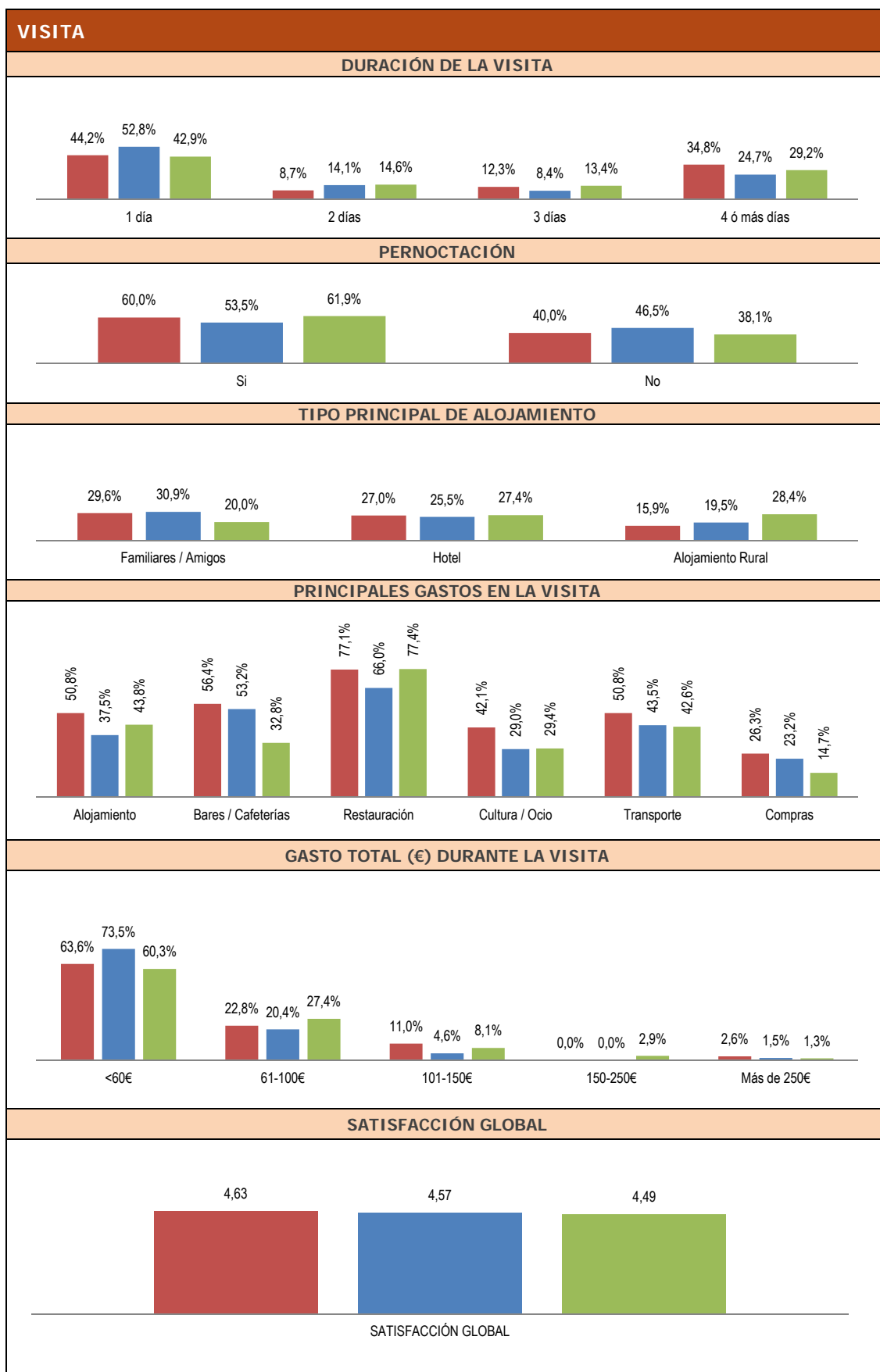
### ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

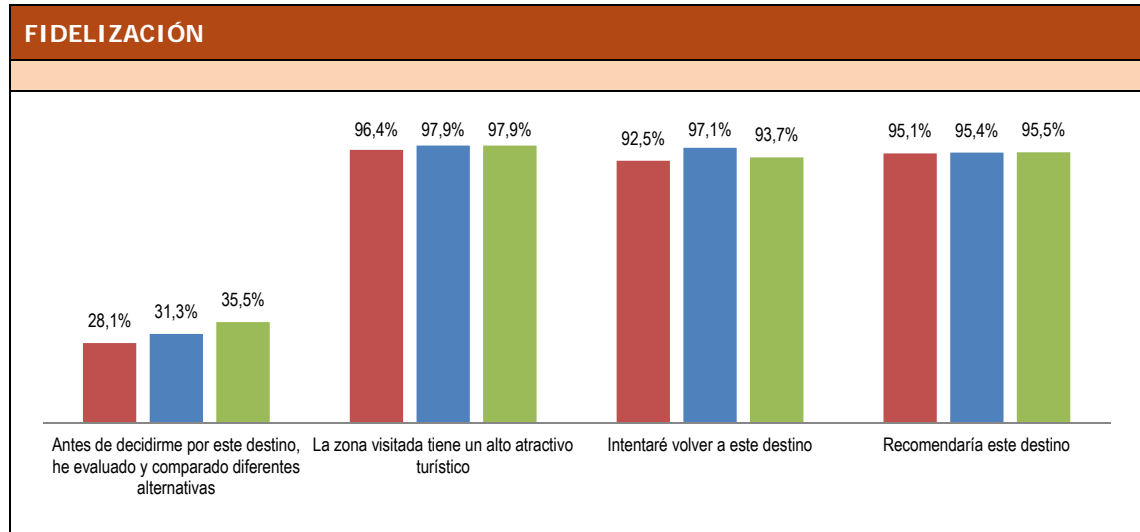


### USO DE INTERNET PARA LA ORGANIZACIÓN / CONTRATACIÓN DE SUS VISITA









# 5 ANÁLISIS COMARCAL

*Perfil y Percepción del Visitante de la  
provincia de Burgos*

*Datos Globales 2014 - 2017*





## 5. Análisis Comarcal

### 5.1 Introducción

En este apartado del Informe presentamos los resultados obtenidos en la encuesta de percepción de los turistas realizada en cada una de las 6 comarcas en las que se ha segmentado la provincia de Burgos:

- 1. ARLANZA
- 2. BUREBA - EBRO
- 3. AMAYA - CAMINO
- 4. SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
- 5. MERINDADES
- 6. RIBERA DEL DUERO

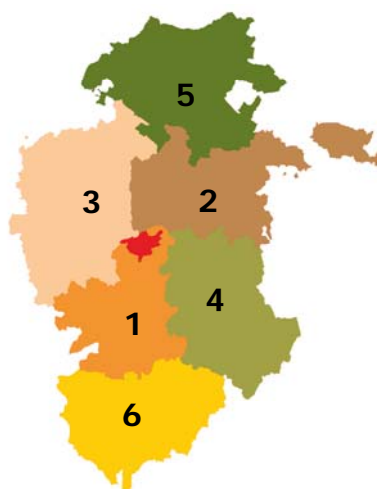
Para ello se han tenido en cuenta la agregación de los cuestionarios de los tres periodos de encuestación del año 2017 contabilizándose un total de 1.398 cuestionarios, por lo que los resultados totales de la provincia presentan un nivel de confianza del 95% y un error muestral del  $\pm 2,62\%$  para los resultados presentados.

En cada una de las comarcas se especifica la ficha técnica, el perfil del visitante especificándose los porcentajes de las principales categorías relacionadas con la preparación de la visita; una vez analizada la visita, nos interesa analizar las cuestiones relacionadas con su duración, las pernoctaciones, los gastos realizados y el modo de comidas; así como su grado de satisfacción con diferentes ítems y una relación de las principales mejoras recogidas.

Con carácter general se observa en todas las comarcas un elevado grado de satisfacción con una valoración general de 4,57 sobre 5 y con un valor superior a 3,5 en todos los aspectos valorados individualmente (12 en total). Finalizamos el análisis con la opinión de los turistas sobre el atractivo turístico de la zona (98,8%); intenta volver al destino (96,8%) y si recomendaría el destino (99,2%).

Adicionalmente en este apartado se incluye una visualización gráfica de los resultados obtenidos en cada una de las comarcas para los principales ítems comparados con el total de los resultados de la provincia.

#### DIVISIÓN COMARCAL PROVINCIA DE BURGOS



Fuente: Excma. Diputación Provincial de Burgos. SODEBUR

### 5.1.1 ARLANZA

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 ( <i>valoración de diferentes aspectos en una escala numérica con un recorrido de 1 (mín.) a 5 (máx.)</i> ).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de ARLANZA.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 180.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Arlanza. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excma. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de ADECOAR.

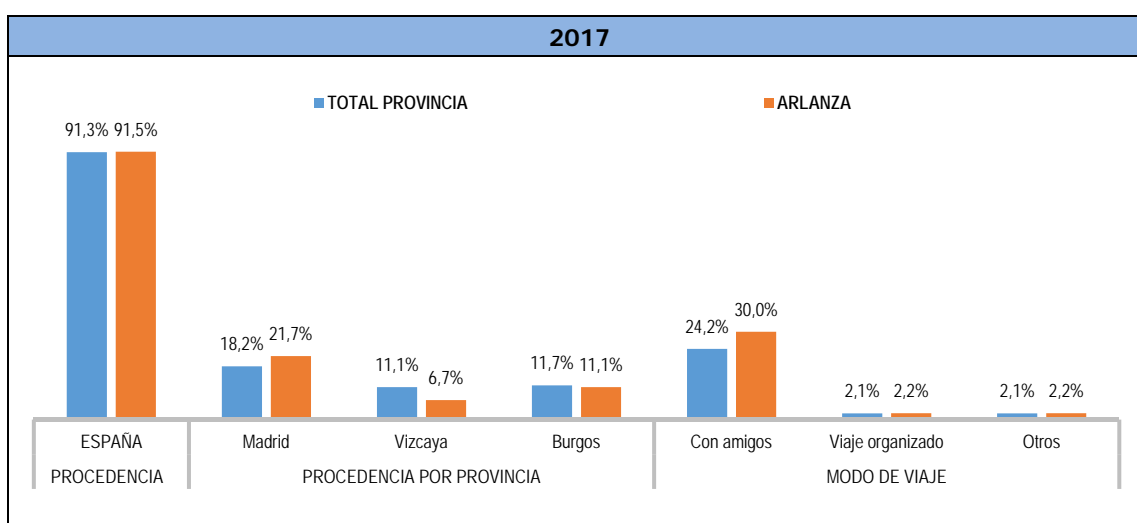
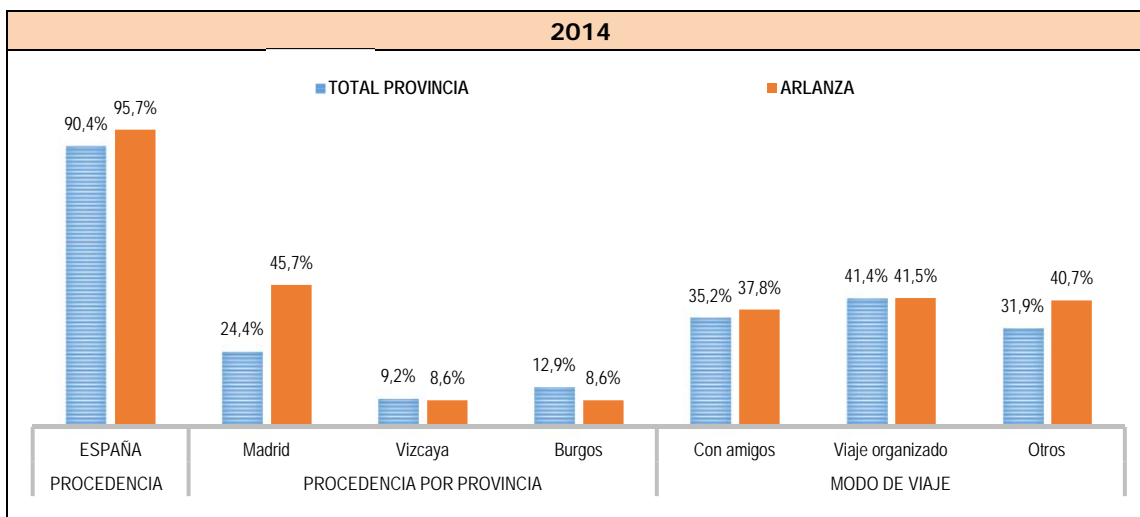
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - 53,4%)	Hombre (46,9% - <b>44,6%</b> ) / Mujer (53,1% - 55,4%)
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 25 y 39 años (32,6%) <b>Entre 40 y 54 años (45,5%)</b>
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> )  Comunidad <i>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</i> <i>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</i> <i>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</i>  Comunidad <i>Madrid (45,7% - <b>21,7%</b>)</i> <i>Castilla y León (18,0% - <b>23,6%</b>)</i> <i>País Vasco (10,0% - <b>19,1%</b>)</i>	España (95,7% - <b>91,5%</b> )  Comunidad <i>Madrid (45,7% - <b>21,7%</b>)</i> <i>Castilla y León (18,0% - <b>23,6%</b>)</i> <i>País Vasco (10,0% - <b>19,1%</b>)</i>  Provincia <i>Madrid (45,7% - <b>21,7%</b>)</i> <i>Vizcaya (8,6% - <b>6,7%</b>)</i> <i>Burgos (8,6% - <b>11,1%</b>)</i>
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Viaje organizado (41,5% - <b>2,2%</b> ) Con amigos (37,8% - <b>30,0%</b> )

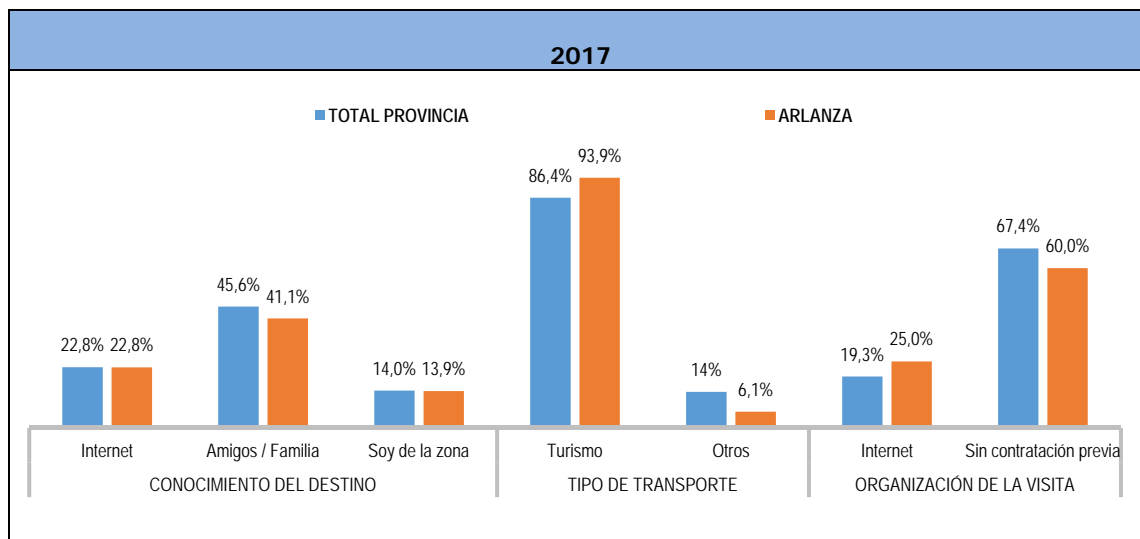
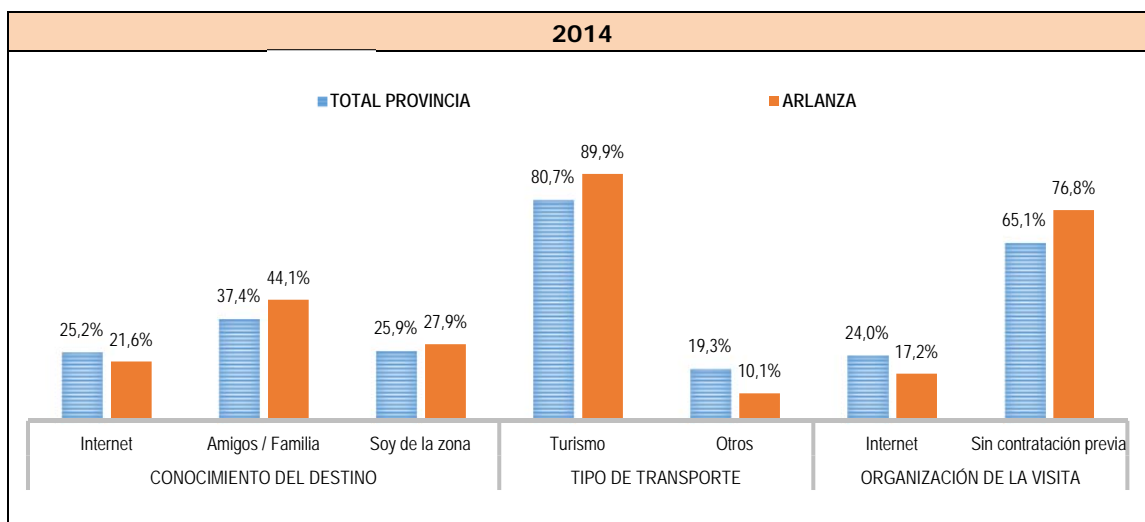
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 84 (46,67% del total)</p>	<p>N: 94 (45,41% del total)</p>





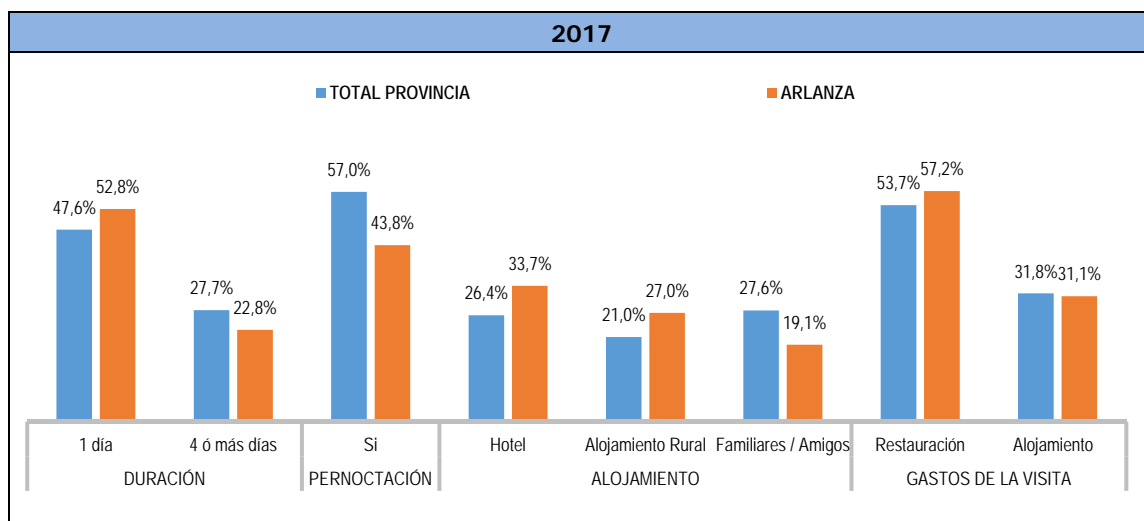
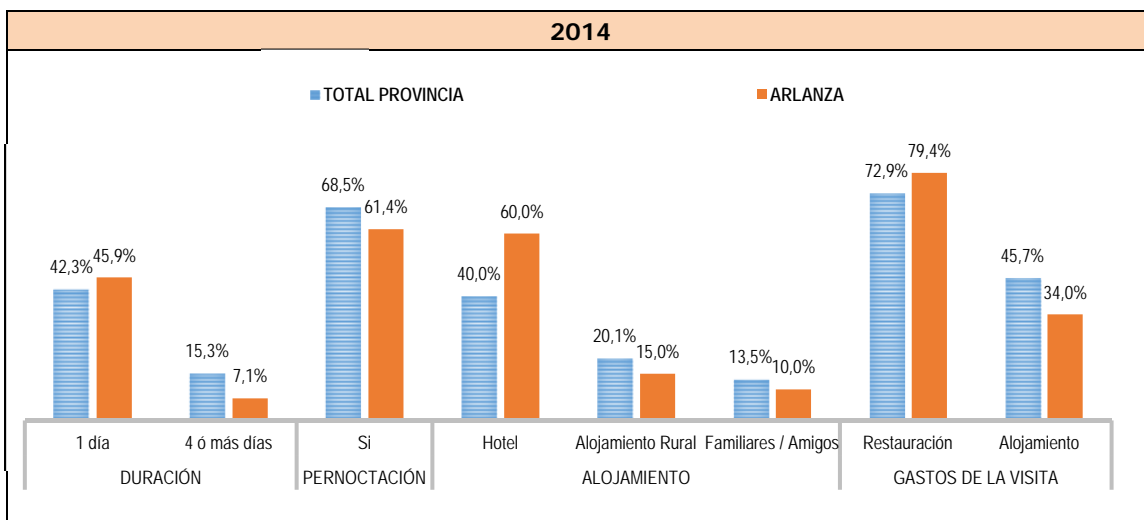
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2%) Entorno natural (30,8% - 52,9%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Monumentos y patrimonio (41,2% - 55,0%) Vacaciones / Tiempo libre (32,4% - 64,0%) Disfrutar Gastronomía (24,7% - 53,9%) Conocer lugares nuevos (20,9% - 40,0%) Entorno natural (11,5% - 43,3%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Sí (79,1% - 84,4%)	Sí (84,0% - 82,4%)
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6%) Internet (25,2% - 22,8%) Soy de la zona (25,9% - 14,0%)	Amigos / Familia (44,1% - 41,1%) Internet (21,6% - 22,8%) Soy de la zona (27,9% - 13,9%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - 86,4%)	Turismo (89,9% - 93,9%)
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - 67,4%) Internet (24,0% - 19,3%)	Sin contratación previa (76,8% - 60,0%) Internet (17,2% - 25,0%)

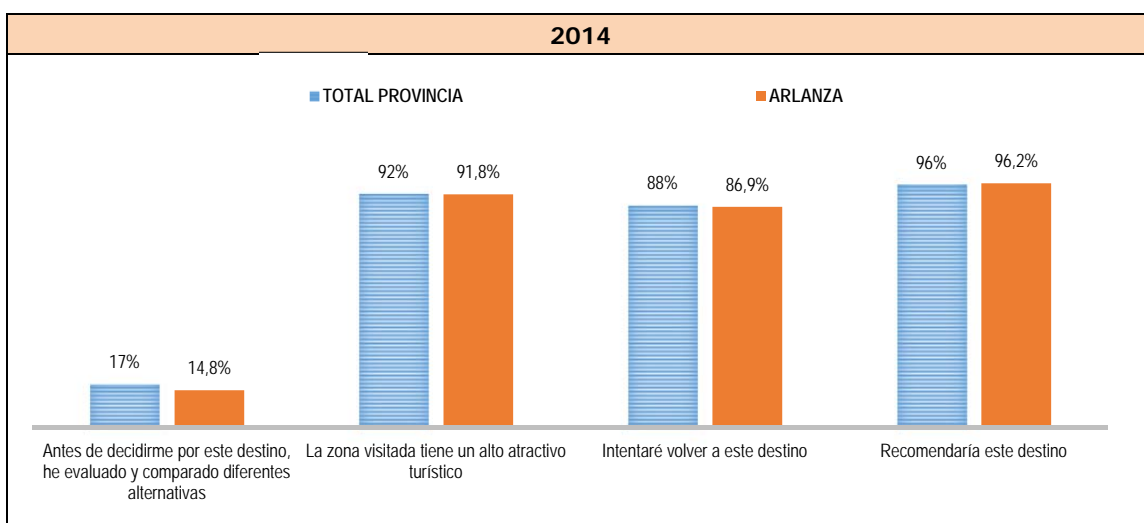


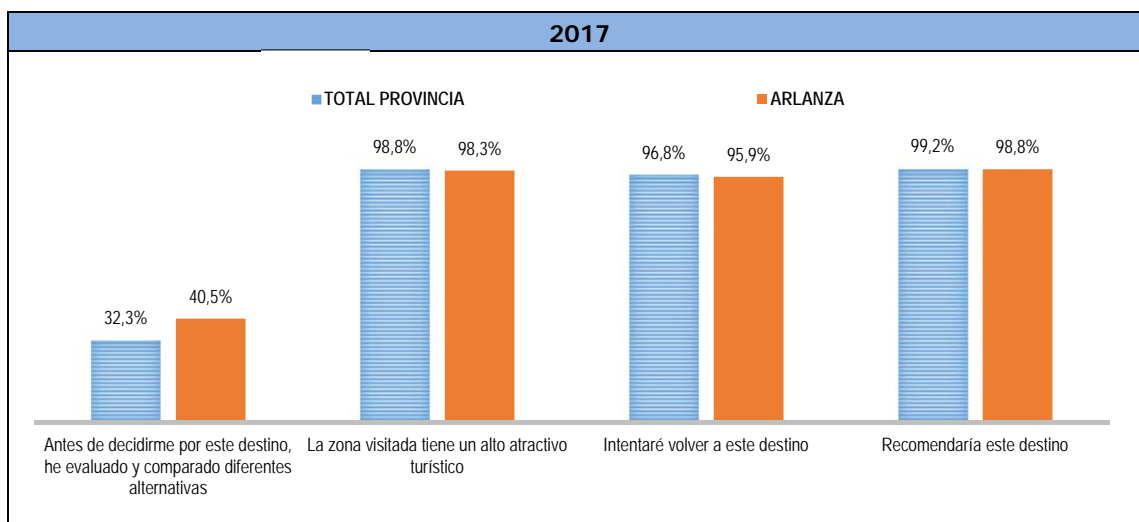
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - 47,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7%)	1 día (45,9% - 52,8%) 4 o más días (7,1% - 22,8%)
<b>Pernoctación</b>	Sí (68,5% - 57,0%)	Sí (61,4% - 43,8%)
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - 26,4%)	Hotel (60,0% - 33,7%)
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - 53,7%) Alojamiento (45,7% - 31,8%)	Restauración (79,4% - 57,2%) Alojamiento (34,0% - 31,1%)

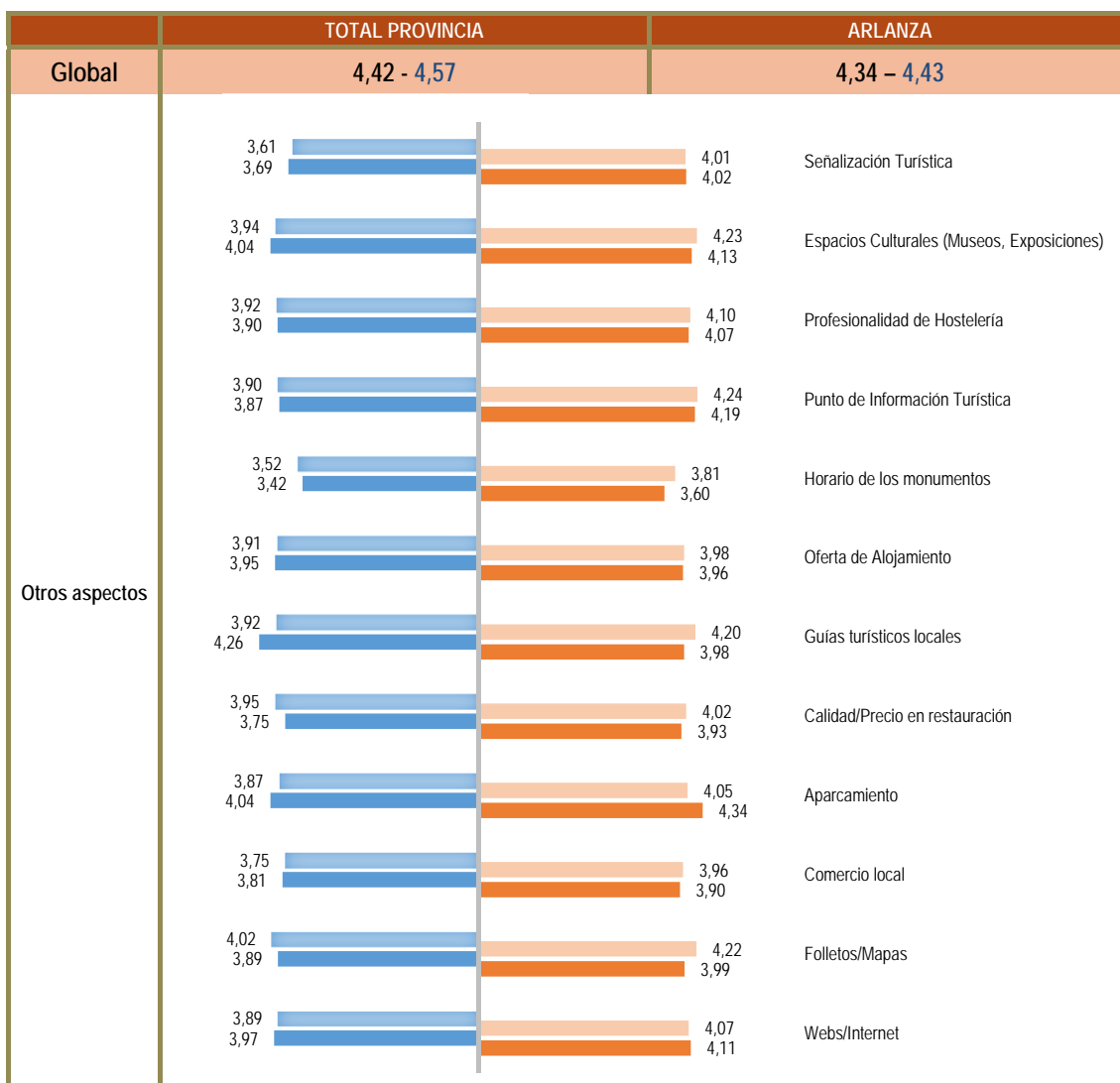


### FIDELIZACIÓN





**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



En color azul el ejercicio 2014 y en naranja el ejercicio 2017.  
Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**



**ARLANZA**

### 5.1.2 BUREBA - EBRO

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 (mín.) a 5 (máx.)).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de BUREBA - EBRO.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 207.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Bureba - Ebro. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excma. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de ADECO BUREBA.

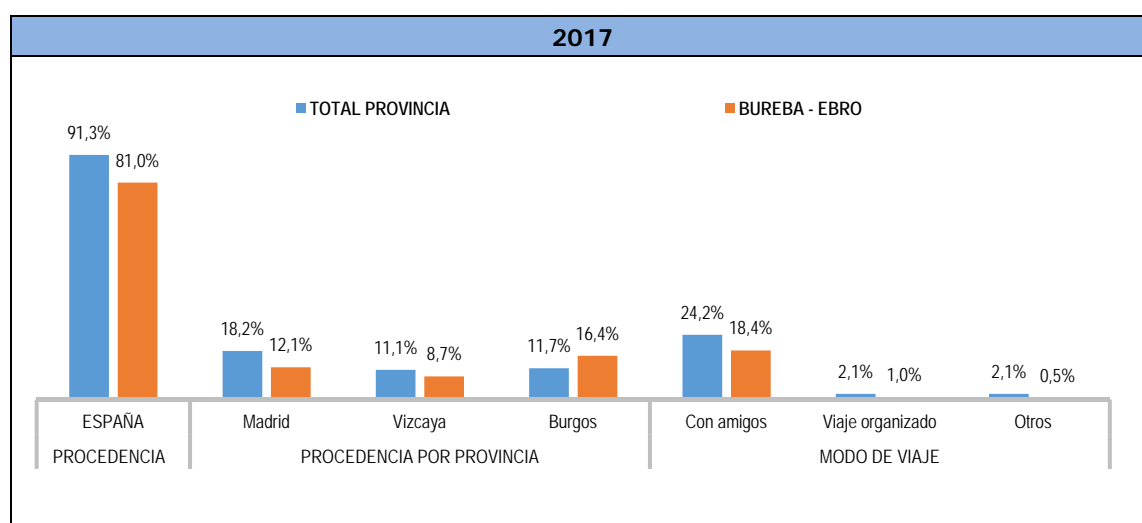
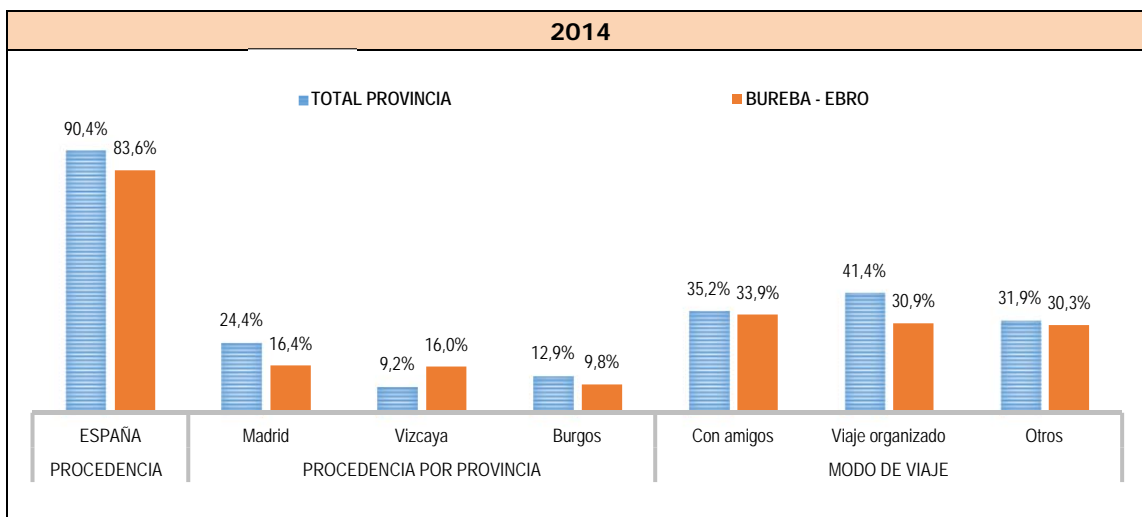
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO																
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - <b>53,4%</b> )	Hombre (54,9% - <b>47,3%</b> ) / Mujer (45,1% - <b>52,7%</b> )																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 40 y 54 años (45,8% - <b>42,7%</b> )																
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> )  <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )	España (83,6% - <b>81,0%</b> )  <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Con amigos (33,9% - <b>18,4%</b> ) Viaje organizado (30,9% - <b>1,0%</b> )																

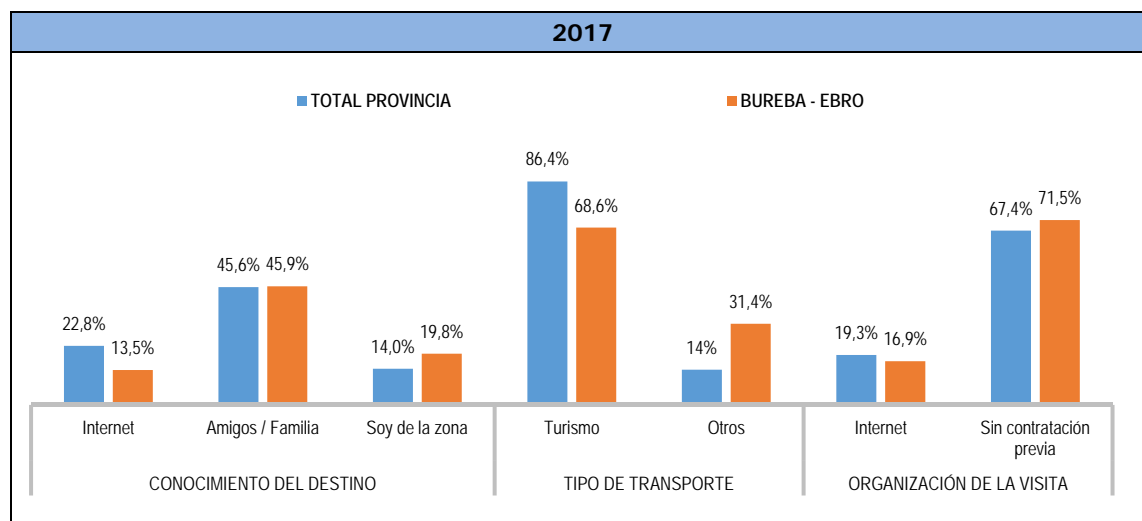
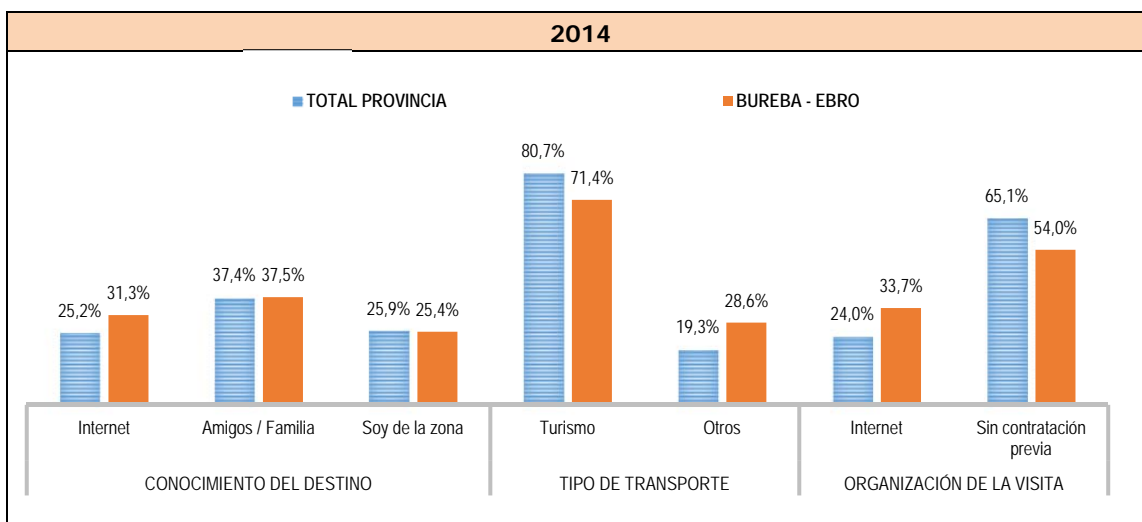
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 94 (45,41% del total)</p>	<p>N: 20 (9,66% del total)</p>





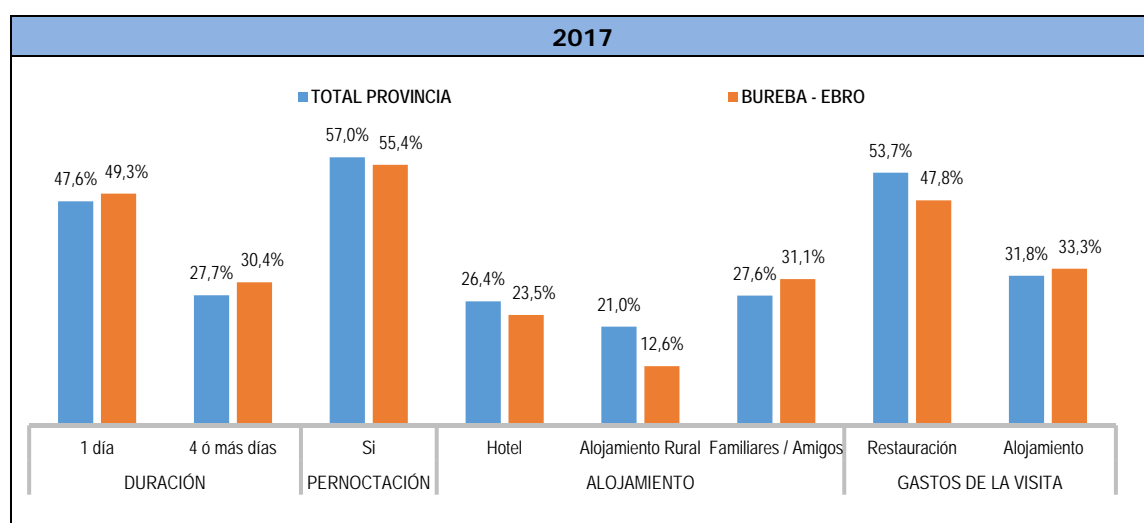
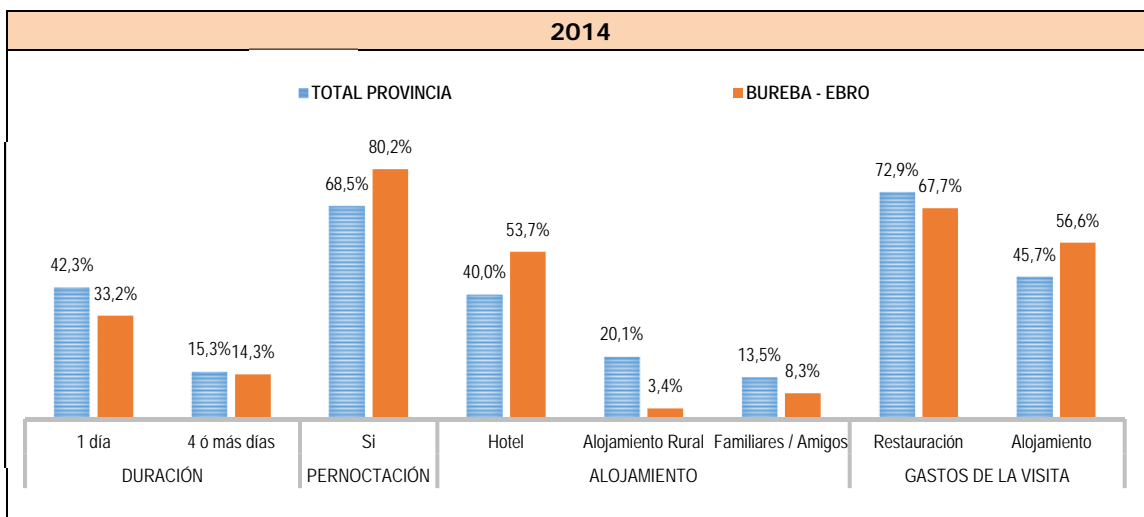
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2%) Entorno natural (30,8% - 52,9%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Vacaciones/Tiempo libre (35,2% - 72,0%) Monumentos y patrimonio (29,6% - 43,0%) Entorno natural (25,9% - 45,4%) Conocer lugares nuevos (24,1% - 38,6%) Visitas Arqueológicas (20,0% - 17,9%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Si (79,1% - 84,4%)	Si (77,0% - 78,2%)
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6%) Internet (25,2% - 22,8%) Soy de la zona (25,9% - 14,0%)	Amigos / Familia (37,5% - 45,9%) Internet (31,3% - 13,5%) Soy de la zona (25,4% - 19,8%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - 86,4%)	Turismo (71,4% - 68,6%)
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - 67,4%) Internet (24,0% - 19,3%)	Sin contratación previa (54,0% - 71,5%) Internet (33,7% - 16,9%)

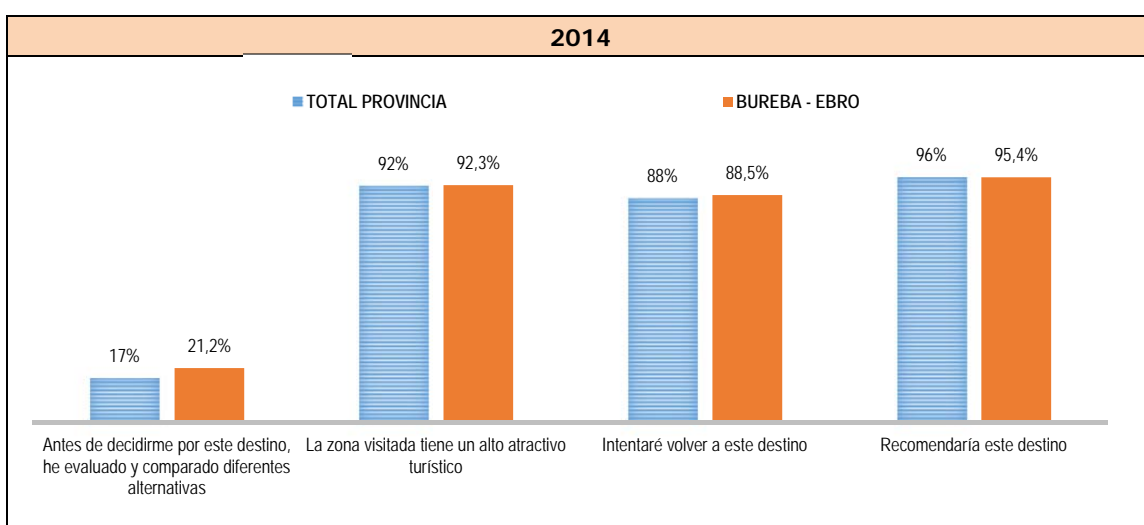


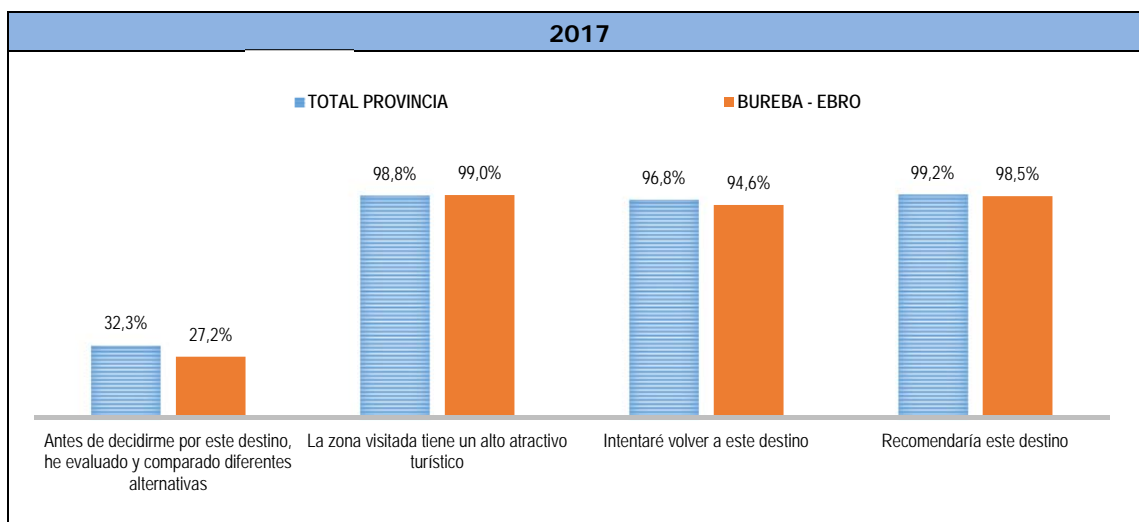
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - 47,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7%)	1 día (33,2% - 49,3%) 4 o más días (14,3% - 30,4%)
<b>Pernoctación</b>	Sí (68,5% - 57,0%)	Sí (80,2% - 55,4%)
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - 26,4%)	Hotel (53,7% - 23,5%)
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - 53,7%) Alojamiento (45,7% - 31,8%)	Restauración (67,7% - 47,8%) Alojamiento (56,6% - 33,3%)

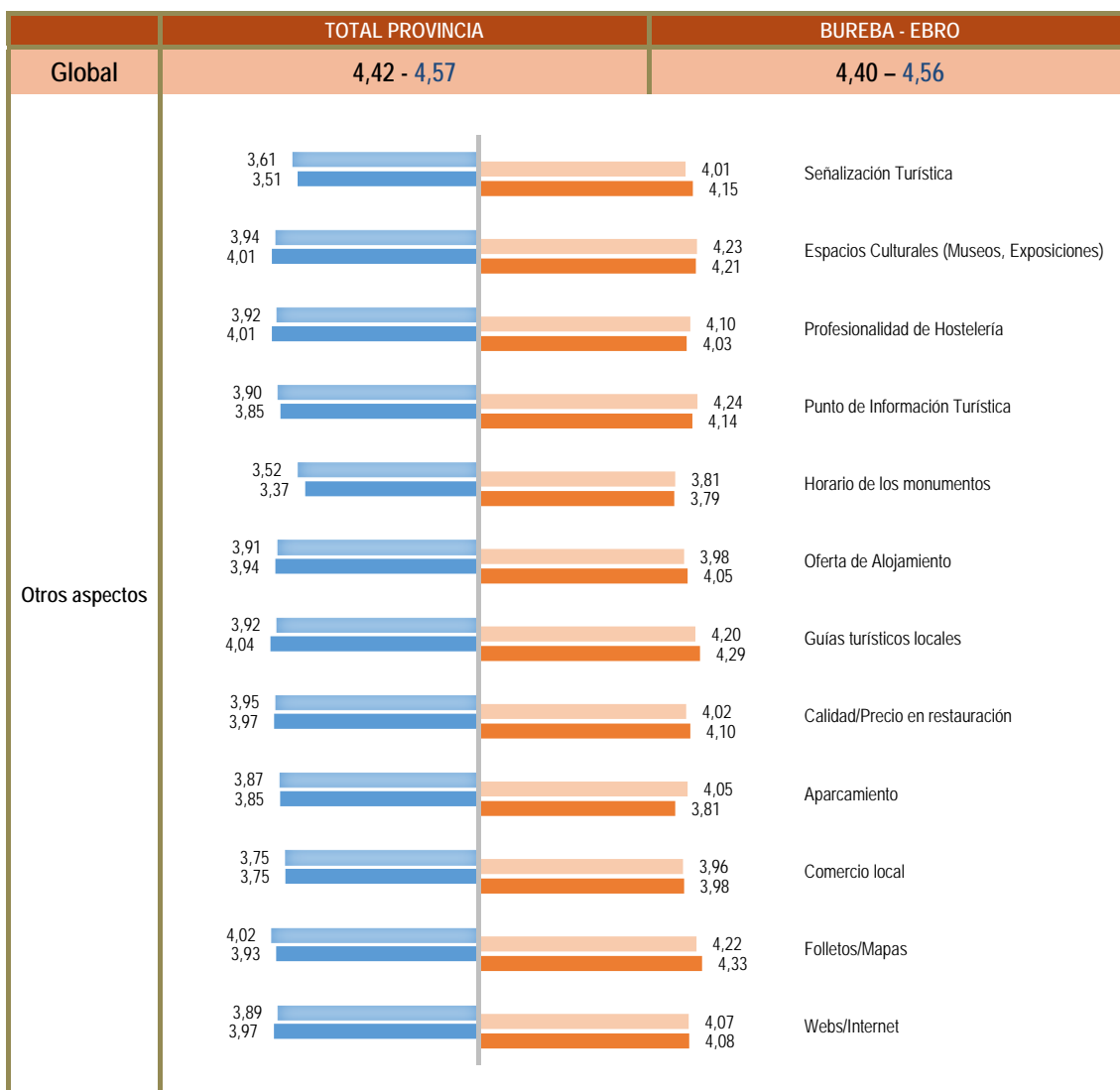


**FIDELIZACIÓN**





**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



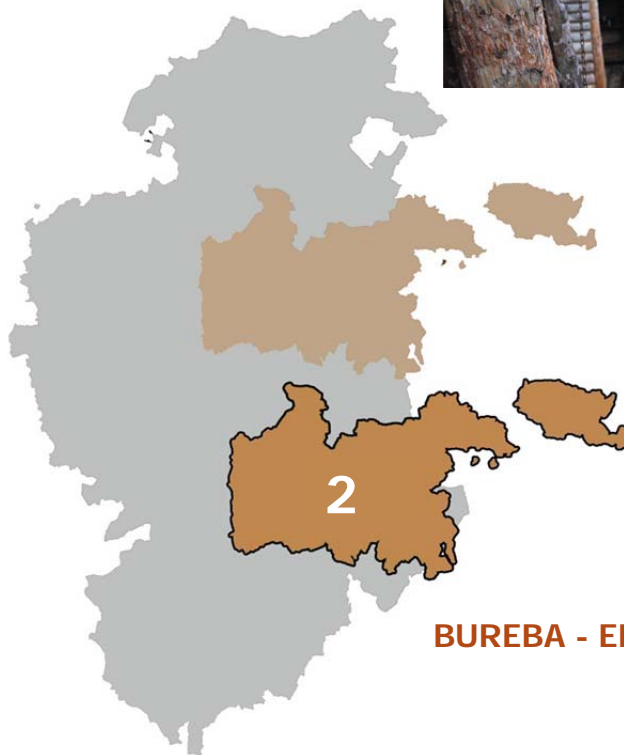
En color **azul** el ejercicio 2014 y en **naranja** el ejercicio 2017.

Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**

Motivos por los que recomendaría visitar la provincia de Burgos	Aspectos que se podrían mejorar
<p>N: 165 (79,71% del total)</p>	<p>N: 88 (42,51% del total)</p>

**Aspectos que podría hacerle quedarse más días en su visita a la provincia de Burgos**



**BUREBA - EBRO**

### 5.1.3 AMAYA - CAMINO

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 (mín.) a 5 (máx.)).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de AMAYA - CAMINO.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 248.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Amaya - Camino. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excm. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de ADECO CAMINO.

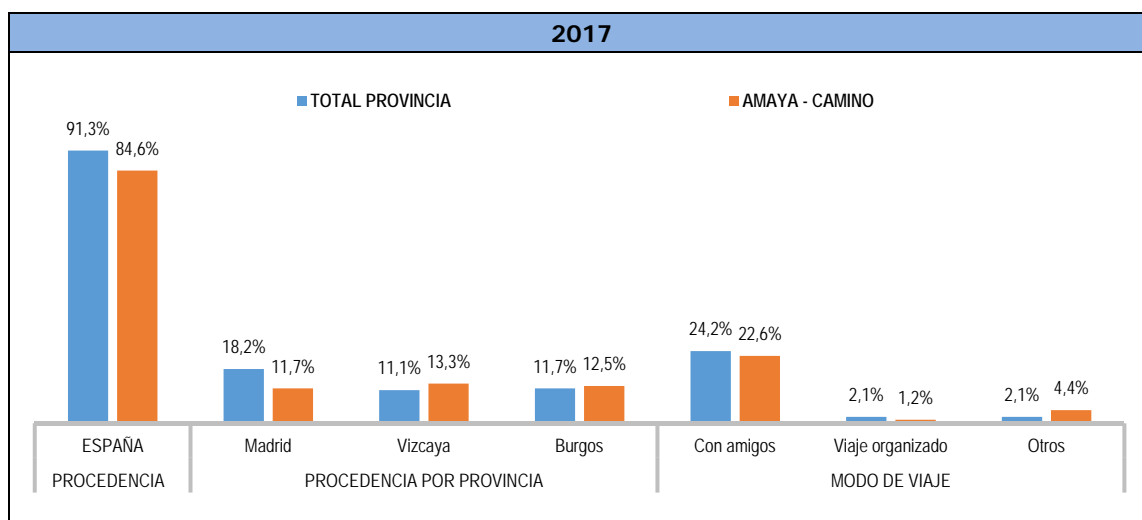
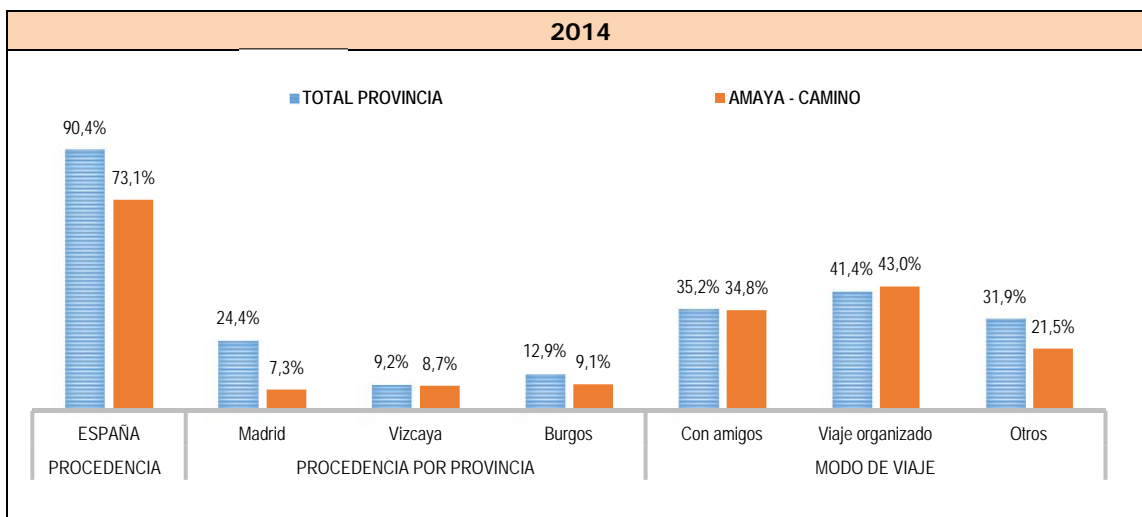
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO															
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - <b>53,4%</b> )	Hombre (49,5% - <b>44,1%</b> ) / Mujer (50,5% - <b>55,9%</b> )															
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 25 y 39 años (36,9%) <b>Entre 40 y 54 años (46,3%)</b>															
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> )	España (73,1% - <b>84,6%</b> )															
	<table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )	<table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )
Comunidad	Provincia																
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																
Comunidad	Provincia																
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Viaje organizado (43,0% - <b>1,2%</b> ) Con amigos (34,8% - <b>22,6%</b> )															

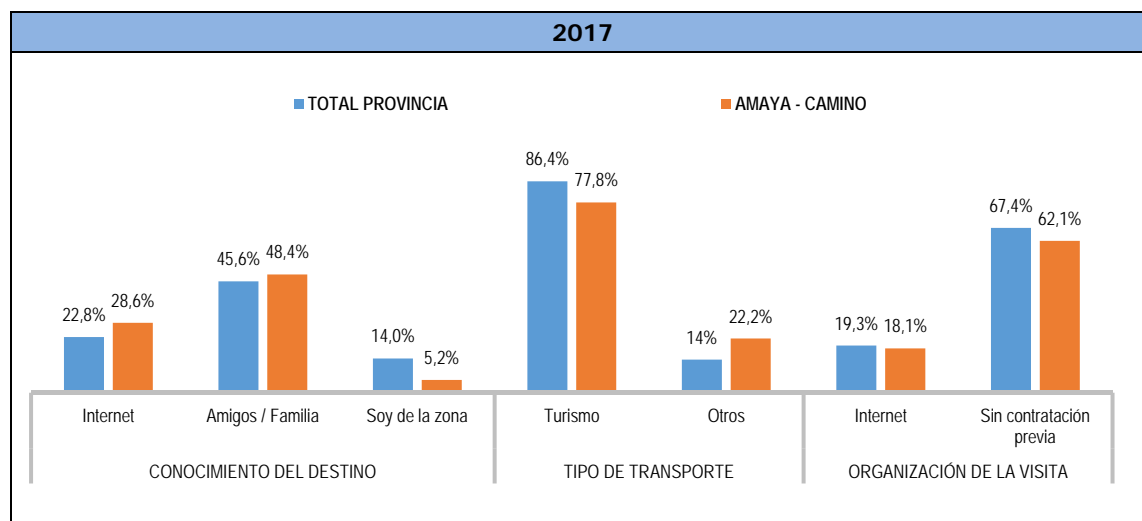
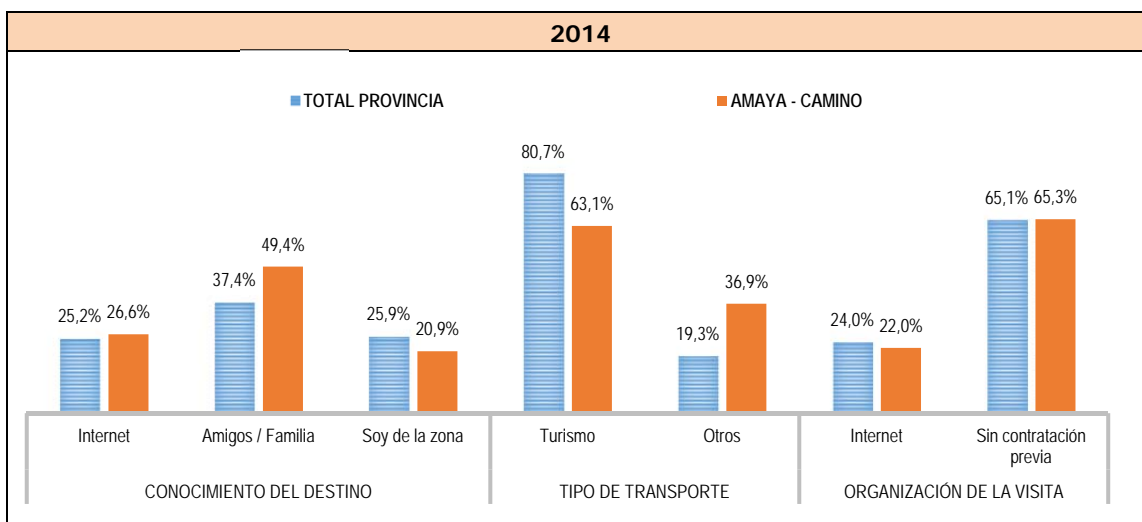
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>erosiconsumer toprural escapadarural casarural jcyj blog google tripadvisor wikipedia turismoburgos caminodesantiago ayuntamiento</p> <p>N: 109 (43,95% del total)</p>	<p>airbnb booking ayuntamiento casarural</p> <p>N: 26 (10,48% del total)</p>





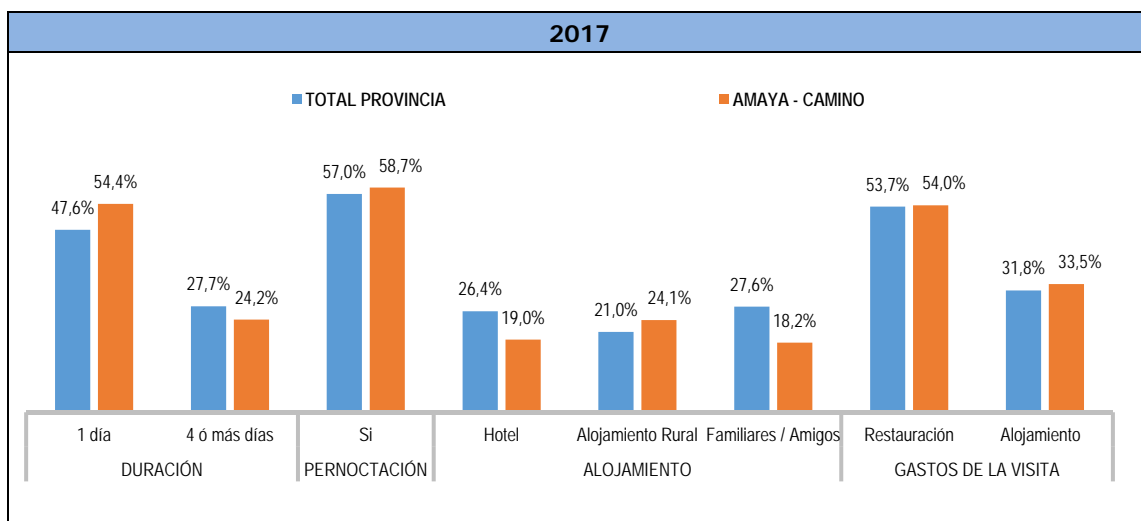
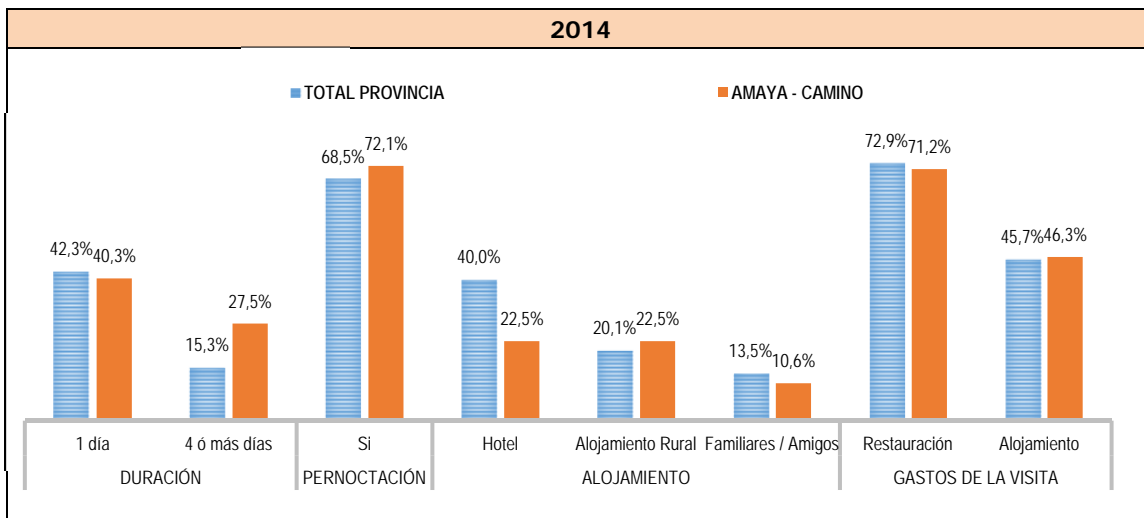
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2%) Entorno natural (30,8% - 52,9%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Vacaciones/Tiempo libre (41,2% - 55,2%) Entorno natural (38,0% - 59,7%) Hacer Camino de Santiago (30,1% - 11,7%) Conocer lugares nuevos (26,4% - 38,7%) Monumentos y patrimonio (25,5% - 25,4%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Si (79,1% - 84,4%)	Si (78,0% - 84,6%)
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6%) Internet (25,2% - 22,8%) Soy de la zona (25,9% - 14,0%)	Amigos / Familia (49,4% - 48,4%) Internet (26,6% - 28,6%) Soy de la zona (20,9% - 5,2%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - 86,4%)	Turismo (63,1% - 77,8%)
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - 67,4%) Internet (24,0% - 19,3%)	Sin contratación previa (65,3% - 62,1%) Internet (22,0% - 18,1%)

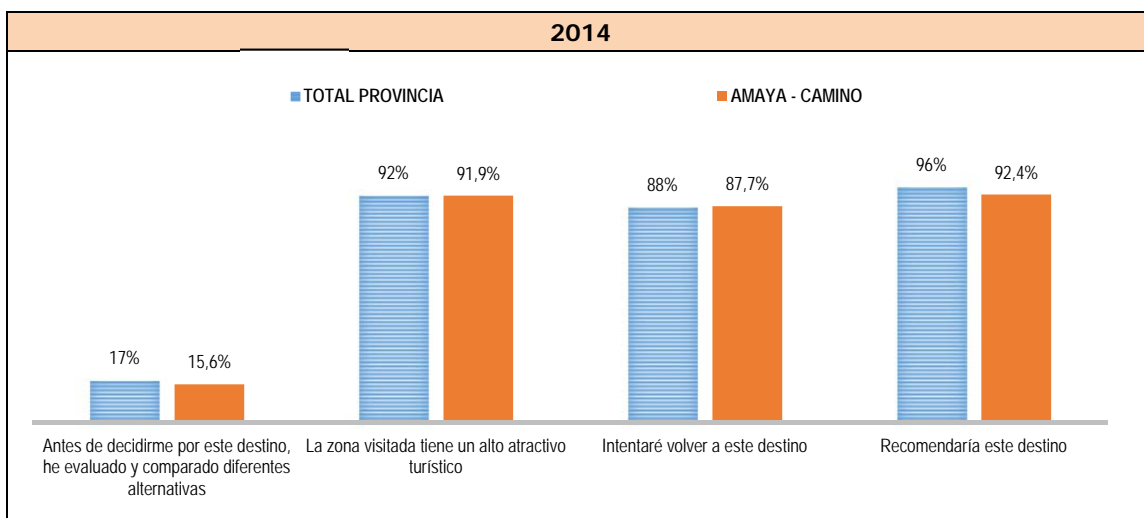


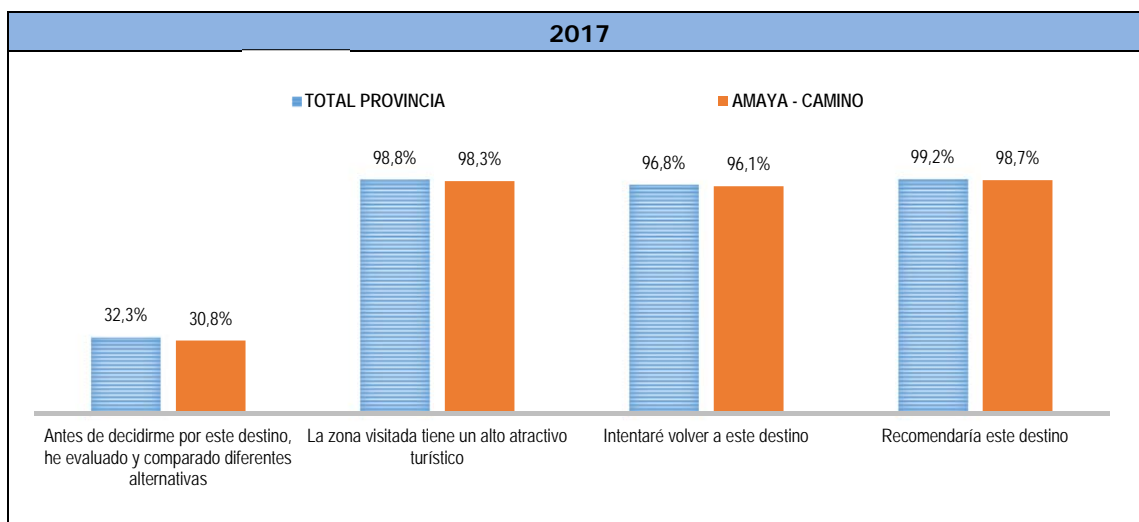
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - <b>47,6%</b> ) 4 o más días (15,3% - 27,7%)	1 día (40,3% - <b>54,4%</b> ) 4 o más días (27,5% - <b>24,2%</b> )
<b>Pernoctación</b>	Si (68,5% - <b>57,0%</b> )	Si (72,1% - <b>58,7%</b> )
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - <b>26,4%</b> )	Hotel (22,5% - <b>19,0%</b> )
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - <b>53,7%</b> ) Alojamiento (45,7% - 31,8%)	Restauración (71,2% - <b>54,0%</b> ) Alojamiento (46,3% - 33,5%)

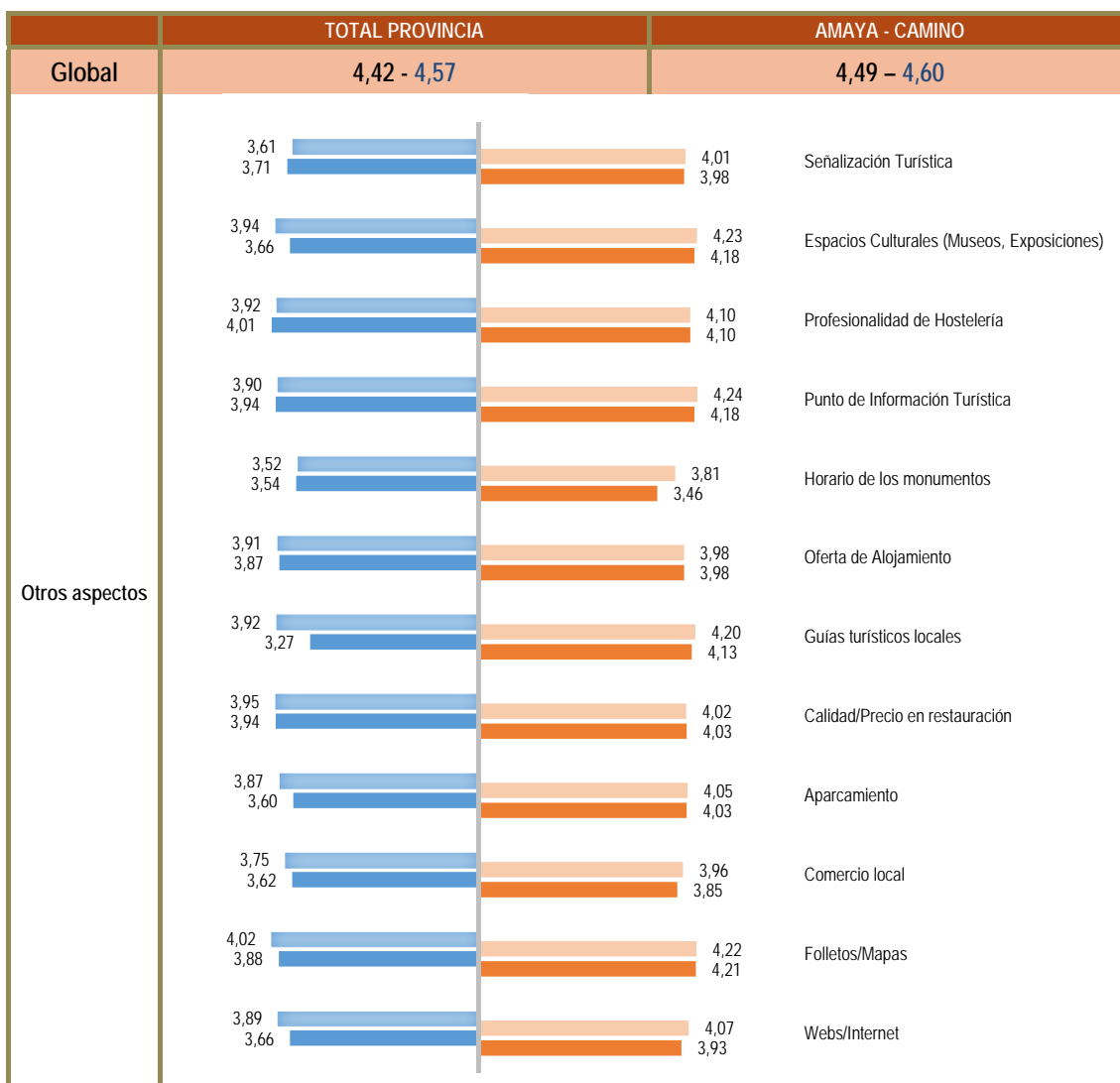


**FIDELIZACIÓN**





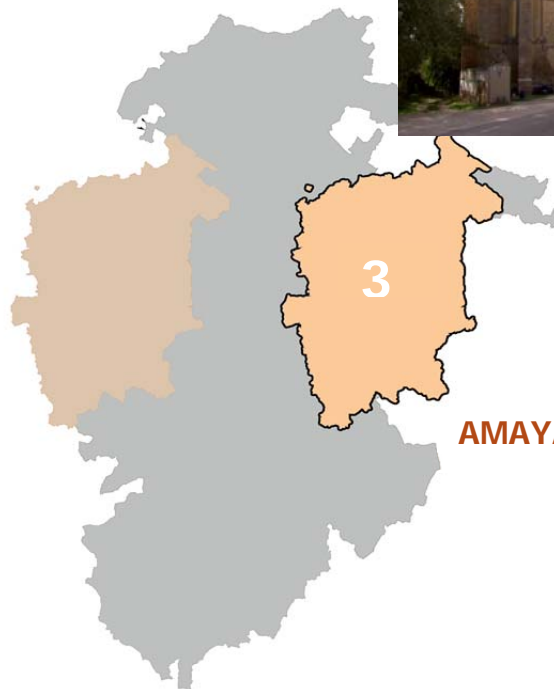
**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



En color azul el ejercicio 2014 y en naranja el ejercicio 2017.

Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**



**AMAYA - CAMINO**

### 5.1.4 SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 (mín.) a 5 (máx.)).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 269.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Sierra de la Demanda - Pinares. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excm. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de AGALSA y ASOPIVA.

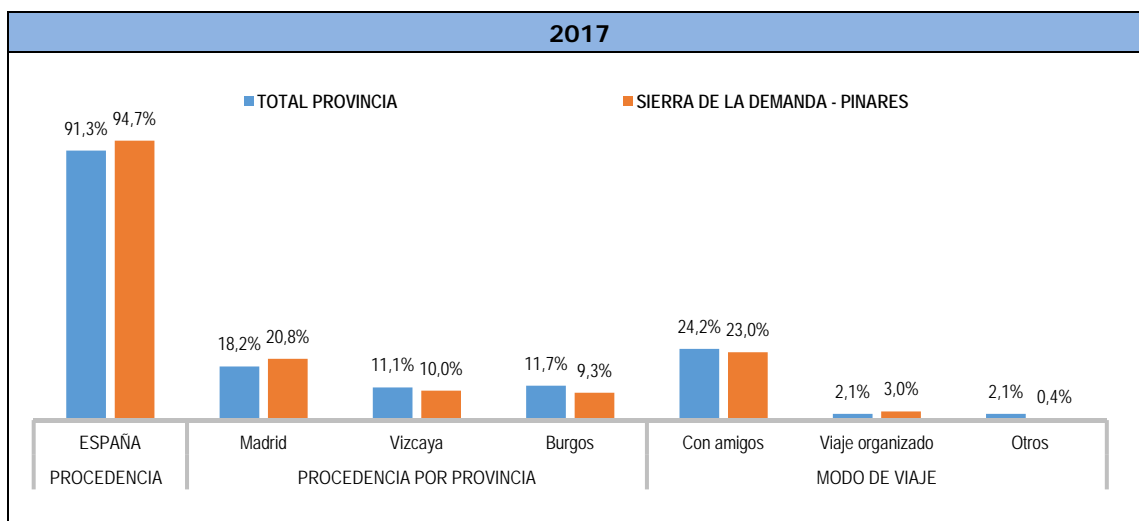
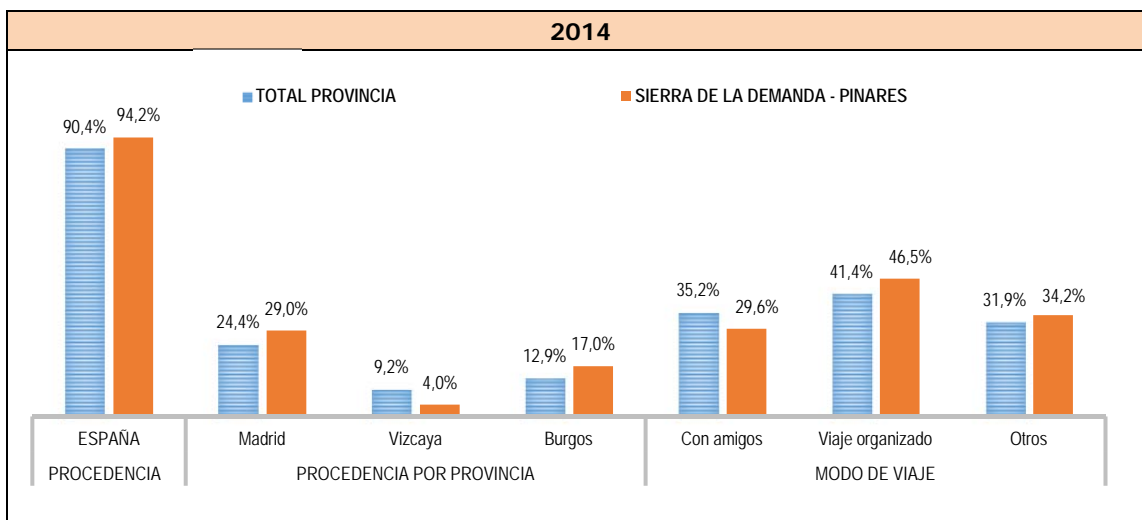
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - <b>53,4%</b> )	Hombre (47,3% - <b>41,7%</b> ) / Mujer (52,7% - <b>58,3%</b> )
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 25 y 39 años (36,7%) <b>Entre 40 y 54 años (46,2%)</b>
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> )  Comunidad <i>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</i> <i>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</i> <i>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</i>  Provincia <i>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</i> <i>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</i> <i>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</i>	España (94,2% - <b>94,7%</b> )  Comunidad <i>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</i> <i>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</i> <i>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</i>  Provincia <i>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</i> <i>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</i> <i>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</i>
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Viaje organizado (46,5% - <b>3,0%</b> ) Con amigos (29,6% - <b>23,0%</b> )

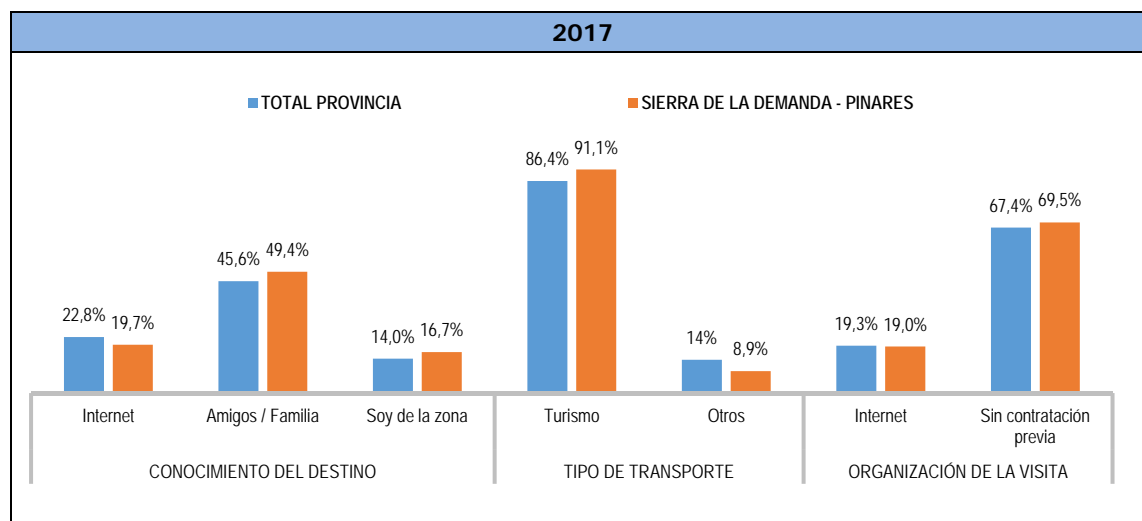
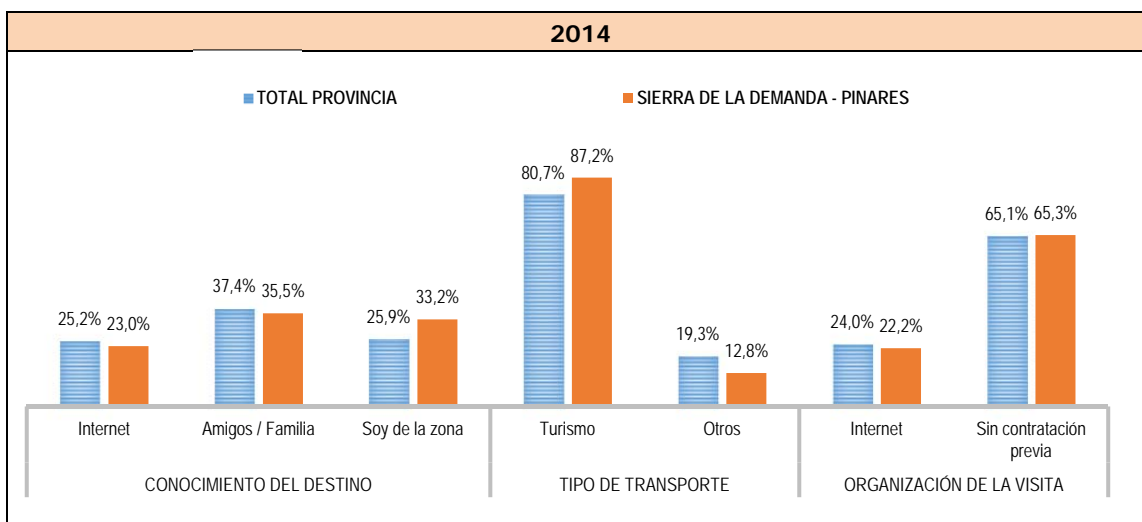
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
 <p>N: 117 (43,49% del total)</p>	 <p>N: 17 (6,32% del total)</p>





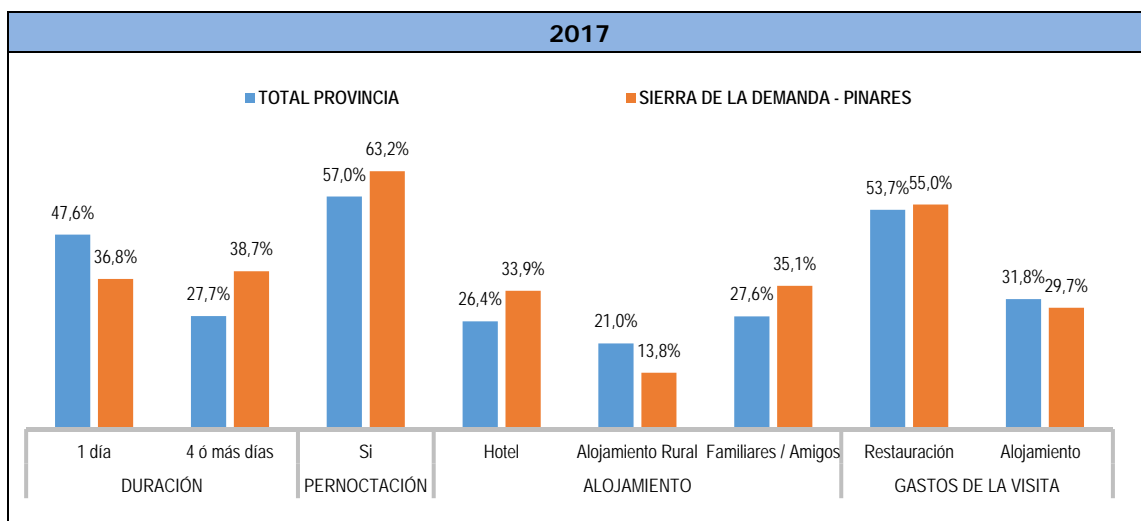
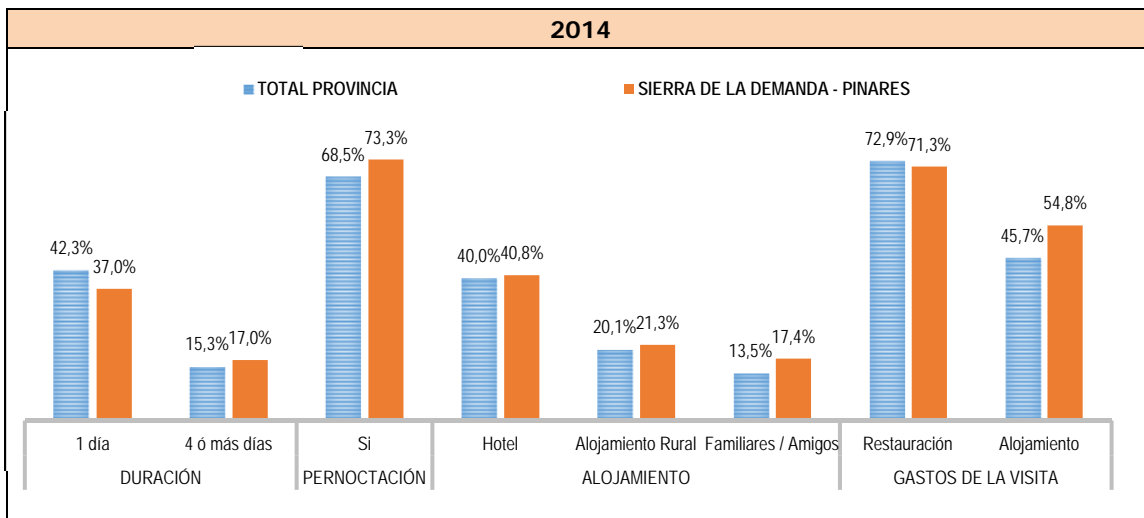
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2%) Entorno natural (30,8% - 52,9%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Vacaciones/Tiempo libre (45,9% - 72,5%) Entorno natural (39,5% - 61,3%) Monumentos y patrimonio (35,8% - 40,9%) Conocer lugares nuevos (25,6% - 35,7%) Visitas Arqueológicas (16,4% - 10,4%)
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Si (79,1% - 84,4%)	Si (79,1% - 87,1%)
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6%) Internet (25,2% - 22,8%) Soy de la zona (25,9% - 14,0%)	Amigos / Familia (35,5% - 49,4%) Internet (23,0% - 19,7%) Soy de la zona (33,2% - 16,7%)
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - 86,4%)	Turismo (87,2% - 91,1%)
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - 67,4%) Internet (24,0% - 19,3%)	Sin contratación previa (65,3% - 69,5%) Internet (22,2% - 19,0%)

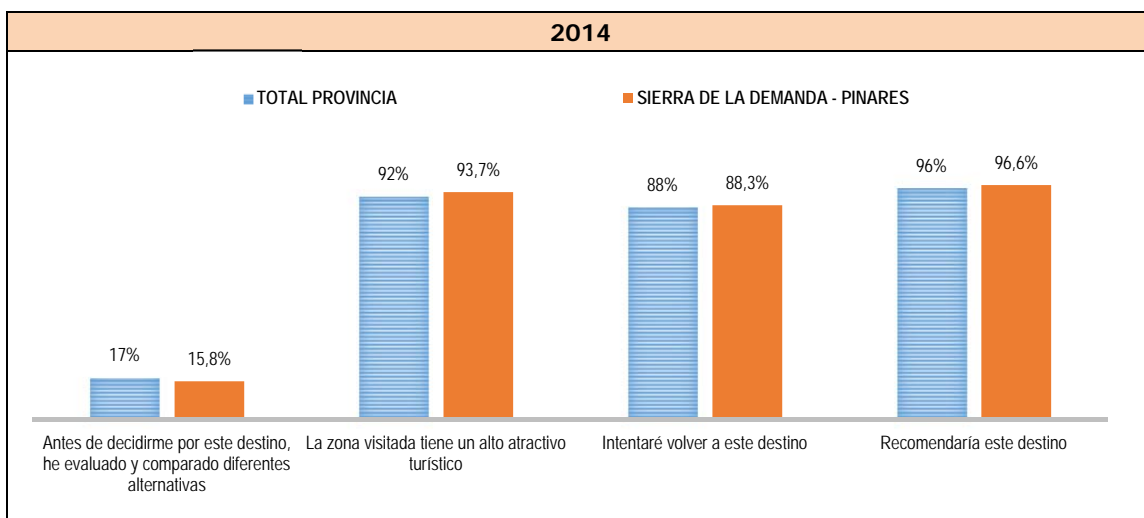


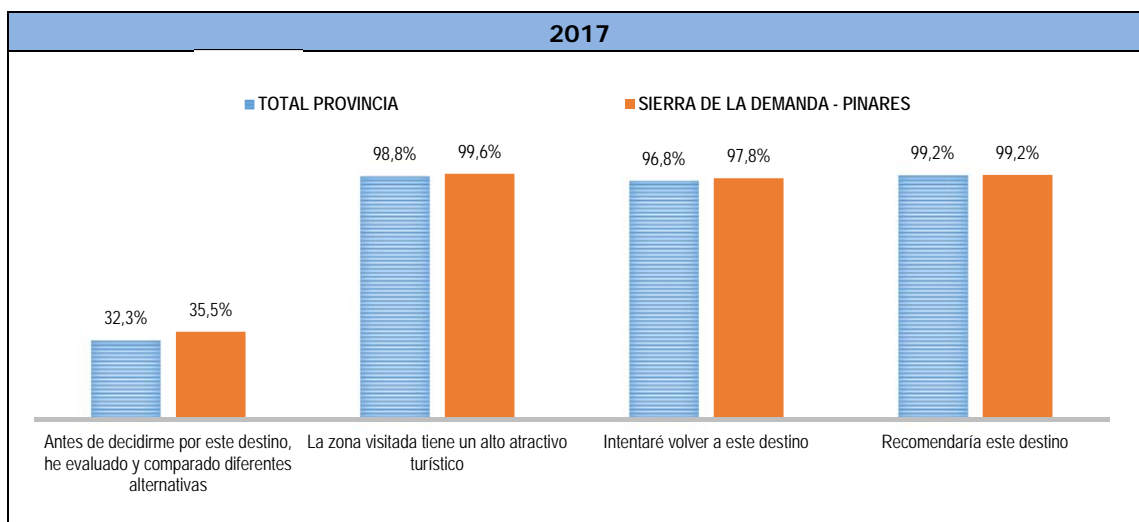
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - 47,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7%)	1 día (37,0% - 36,8%) 4 o más días (17,0% - 38,7%)
<b>Pernoctación</b>	Si (68,5% - 57,0%)	Si (73,3% - 63,2%)
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - 26,4%)	Hotel (40,8% - 33,9%)
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - 53,7%) Alojamiento (45,7% - 31,8%)	Restauración (71,3% - 55,0%) Alojamiento (54,8% - 29,7%)

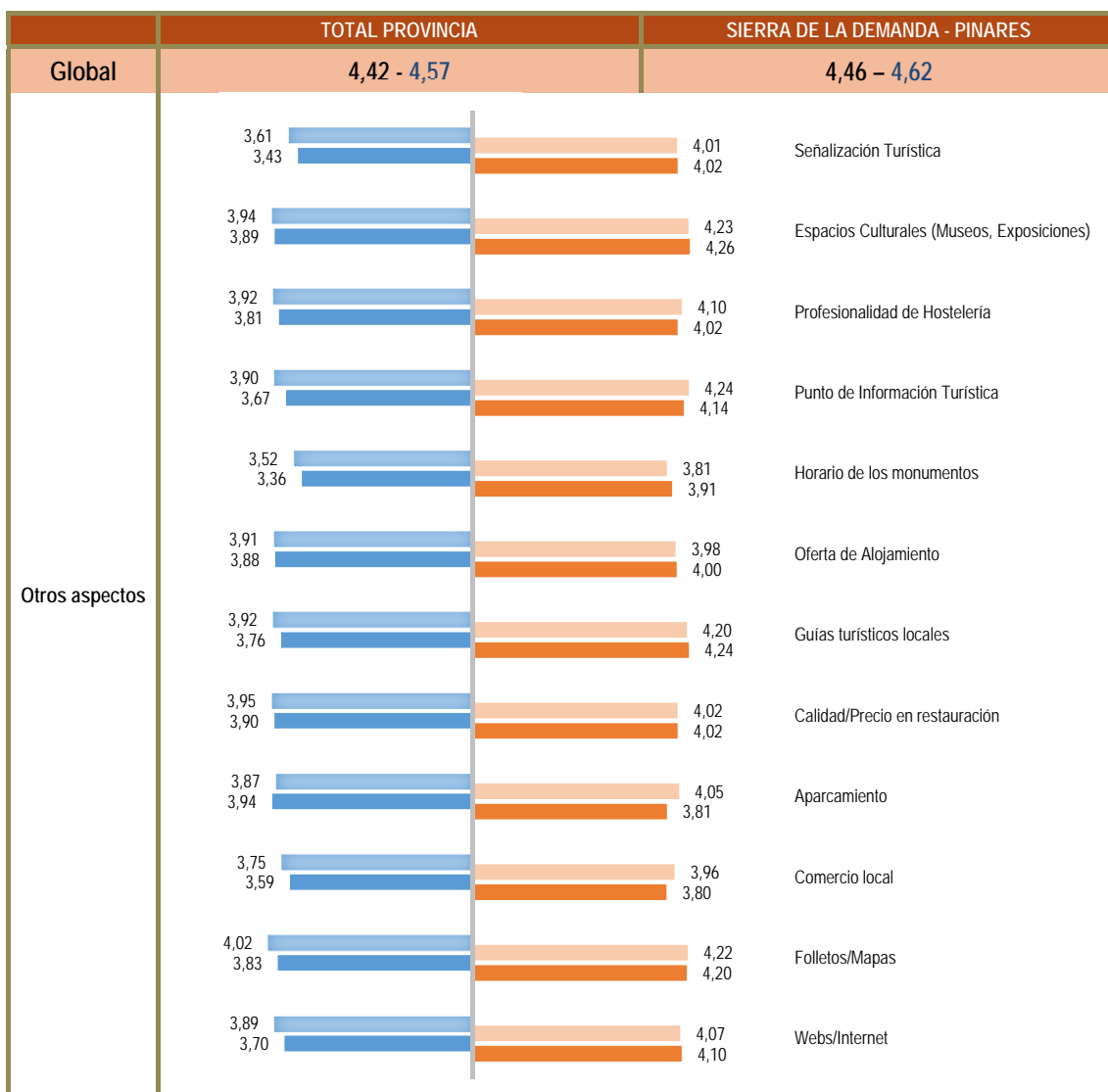


**FIDELIZACIÓN**





**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



En color azul el ejercicio 2014 y en naranja el ejercicio 2017.

Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**



**SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES**

### 5.1.5 MERINDADES

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 ( <i>valoración de diferentes aspectos en una escala numérica con un recorrido de 1 (mín.) a 5 (máx.)</i> ).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de MERINDADES.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 302.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Merindades. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excm. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de CEDER MERINDADES.

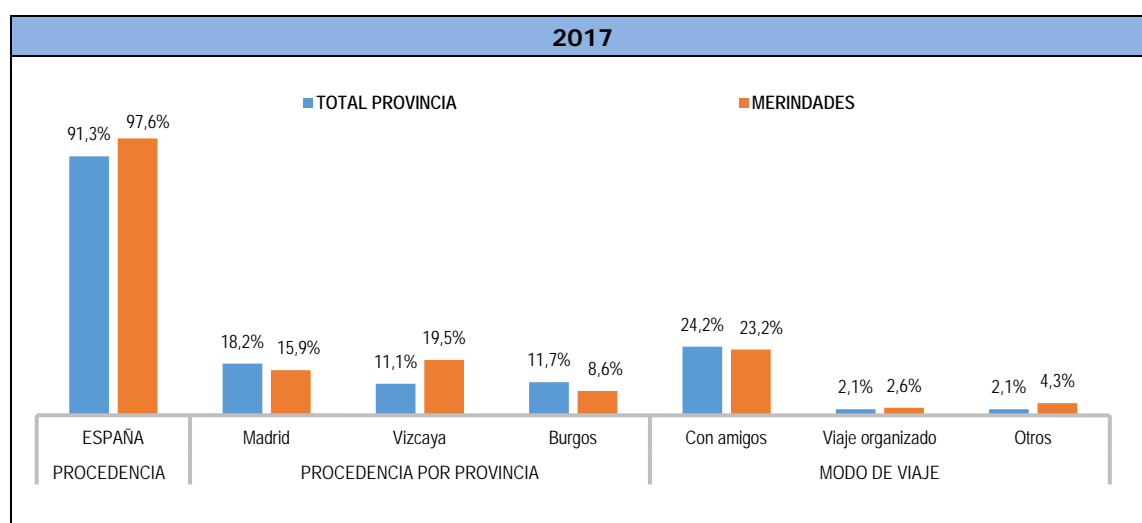
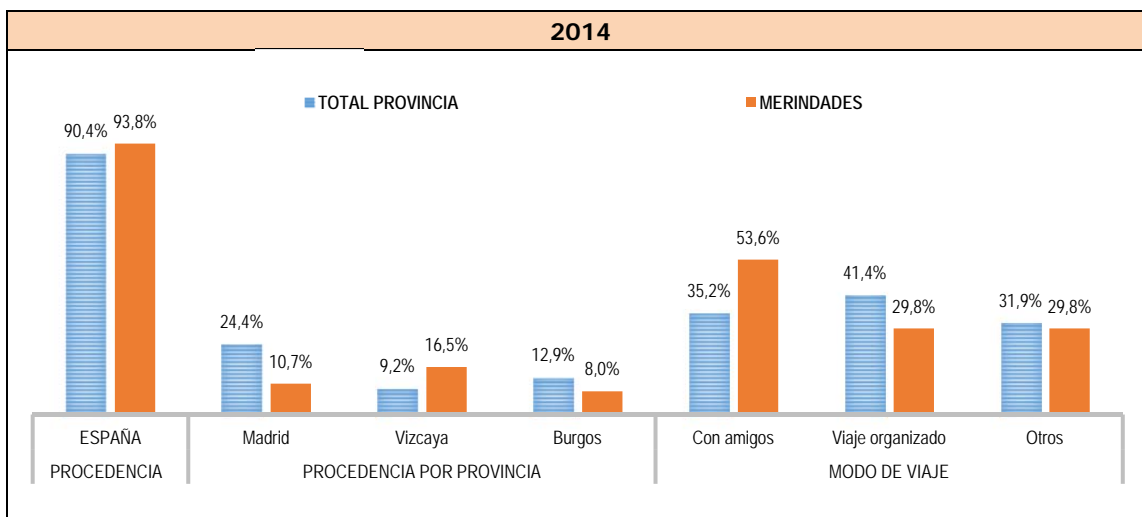
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES																
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - <b>53,4%</b> )	Hombre (49,6% - <b>51,0%</b> ) / Mujer (50,4% - <b>49,0%</b> )																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 40 y 54 años (32,9% - <b>46,5%</b> )																
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> ) <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Comunidad</td> <td style="width: 50%;">Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )	España (93,8% - <b>97,6%</b> ) <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Comunidad</td> <td style="width: 50%;">Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Con amigos (53,6% - <b>23,2%</b> ) Viaje organizado (29,8% - <b>2,6%</b> )																

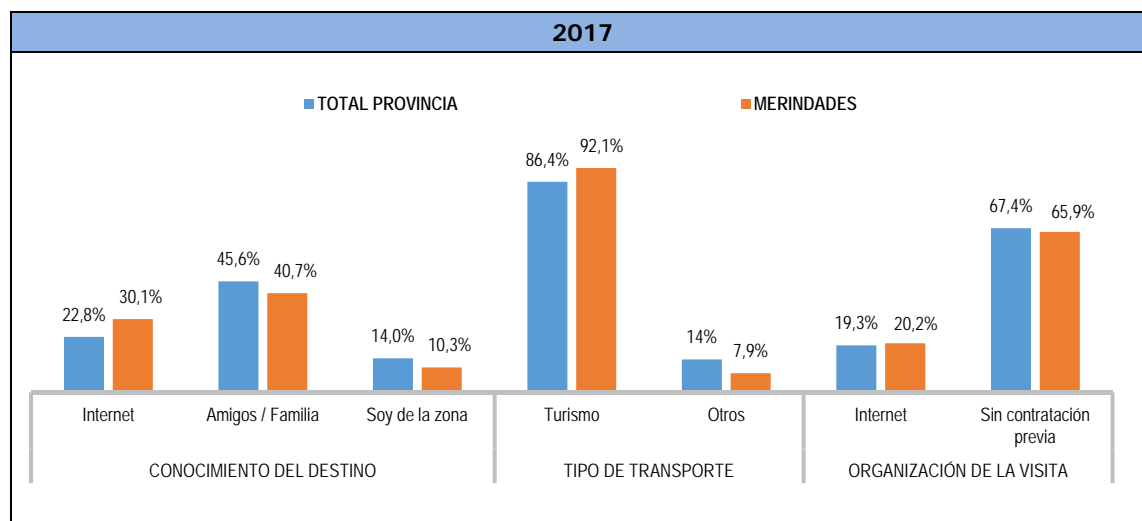
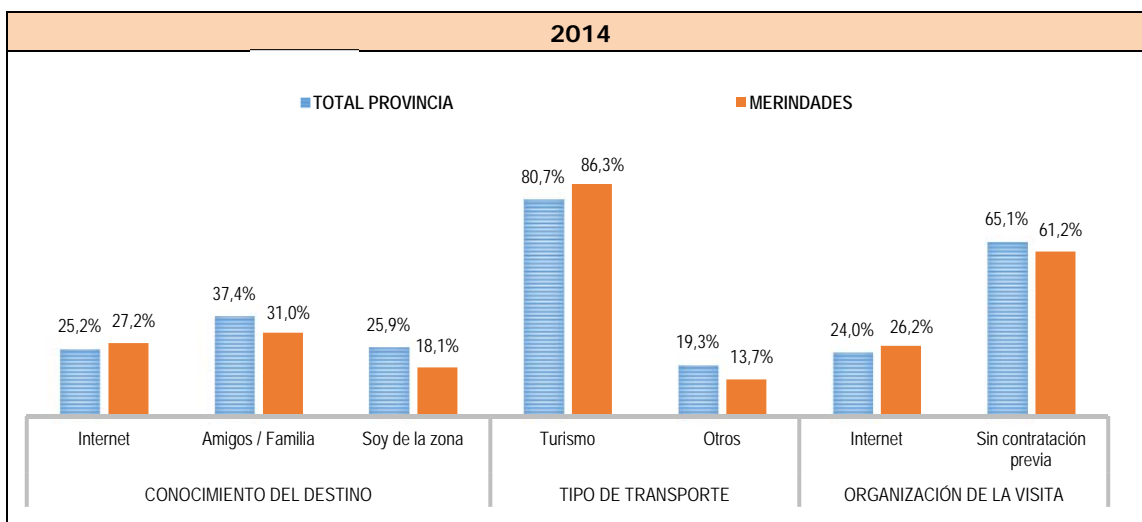
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 168 (55,63% del total)</p>	<p>N: 30 (9,93% del total)</p>





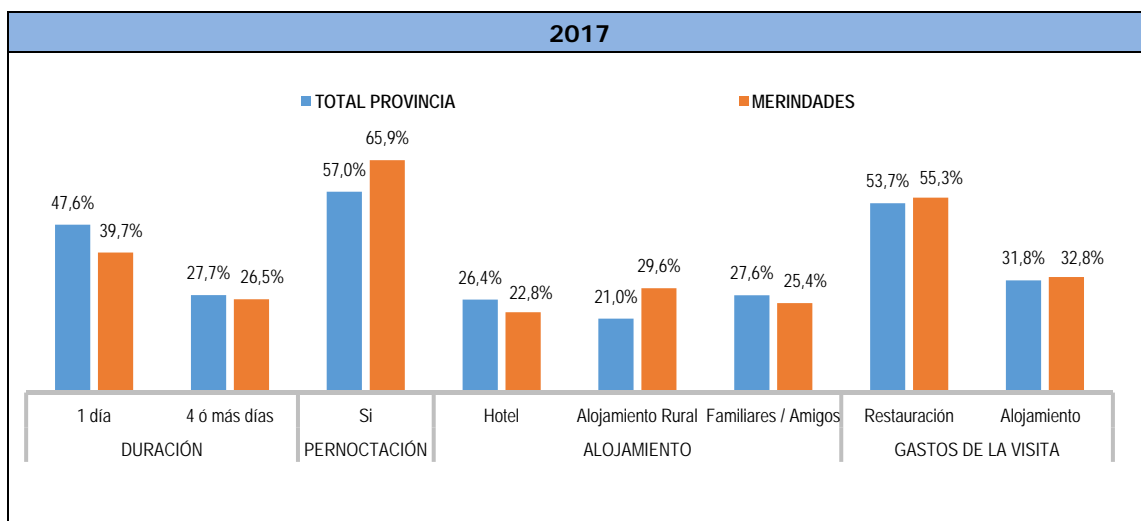
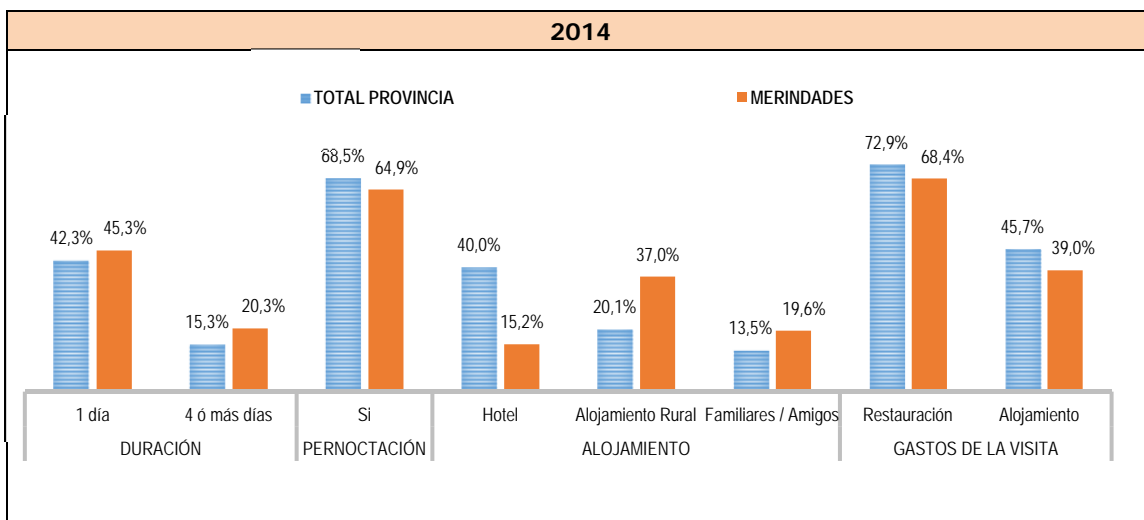
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - <b>64,0%</b> ) Monumentos y patrimonio (37,3% - <b>45,2%</b> ) Entorno natural (30,8% - <b>52,9%</b> ) Conocer lugares nuevos (24,9% - <b>38,6%</b> ) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Monumentos y patrimonio (55,3% - <b>52,0%</b> ) Vacaciones/Tiempo libre (53,3% - <b>49,3%</b> ) Entorno natural (49,8% - <b>59,6%</b> ) Conocer lugares nuevos (40,1% - <b>41,4%</b> )
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Si (79,1% - <b>84,4%</b> )	Si (83,0% - <b>81,5%</b> )
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - <b>45,6%</b> ) Internet (25,2% - <b>22,8%</b> ) Soy de la zona (25,9% - <b>14,0%</b> )	Amigos / Familia (31,0% - <b>40,7%</b> ) Internet (27,2% - <b>30,1%</b> ) Soy de la zona (18,1% - <b>10,3%</b> )
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - <b>86,4%</b> )	Turismo (86,3% - <b>92,1%</b> )
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - <b>67,4%</b> ) Internet (24,0% - <b>19,3%</b> )	Sin contratación previa (61,2% - <b>65,9%</b> ) Internet (26,2% - <b>20,2%</b> )

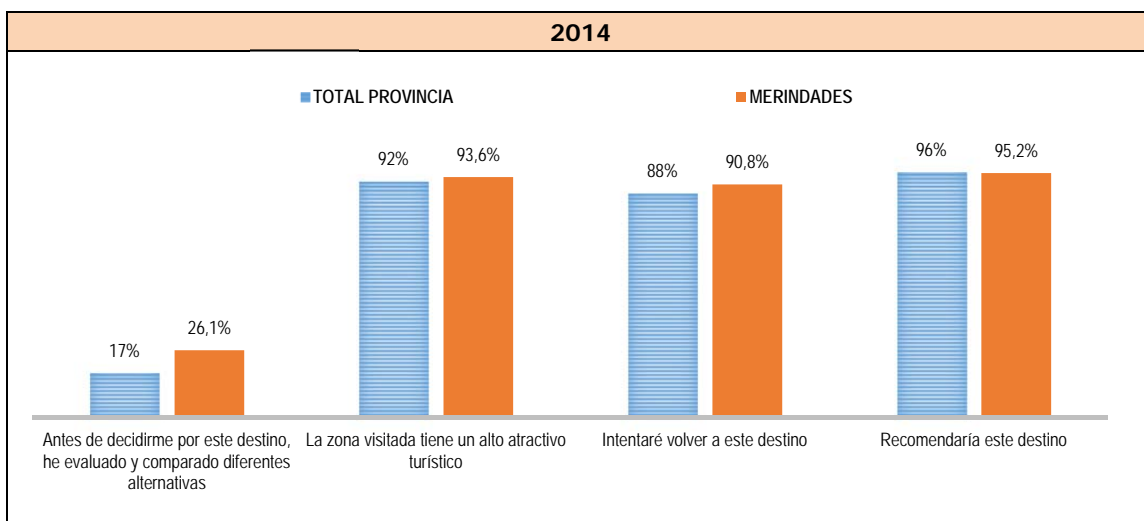


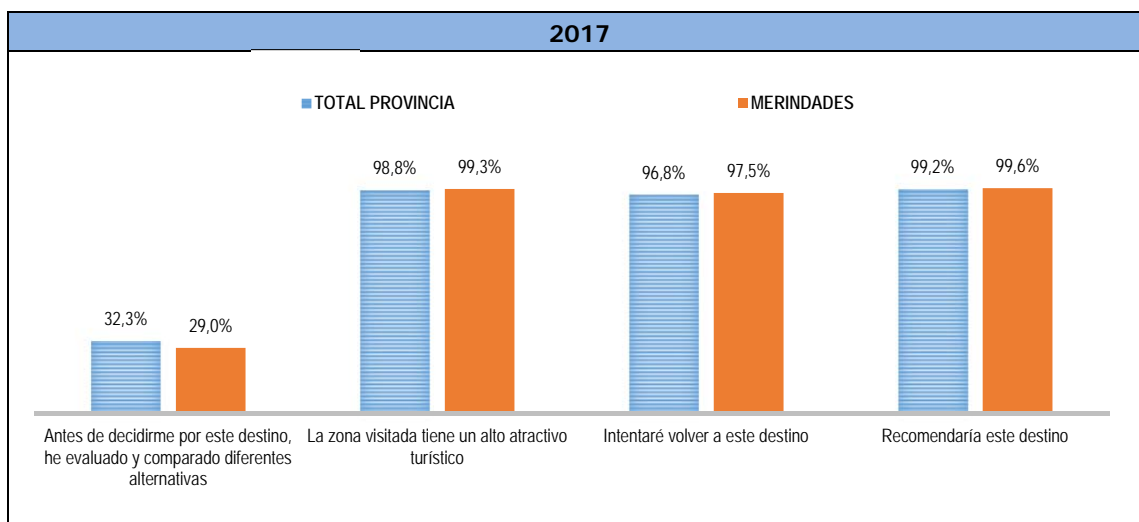
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - <b>47,6%</b> ) 4 o más días (15,3% - <b>27,7%</b> )	1 día (45,3% - <b>39,7%</b> ) 4 o más días (20,3% - <b>26,5%</b> )
<b>Pernoctación</b>	Si (68,5% - <b>57,0%</b> )	Si (64,9% - <b>65,9%</b> )
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - <b>26,4%</b> )	Hotel (15,2% - <b>22,8%</b> )
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - <b>53,7%</b> ) Alojamiento (45,7% - <b>31,8%</b> )	Restauración (68,4% - <b>55,3%</b> ) Alojamiento (39,0% - <b>32,8%</b> )

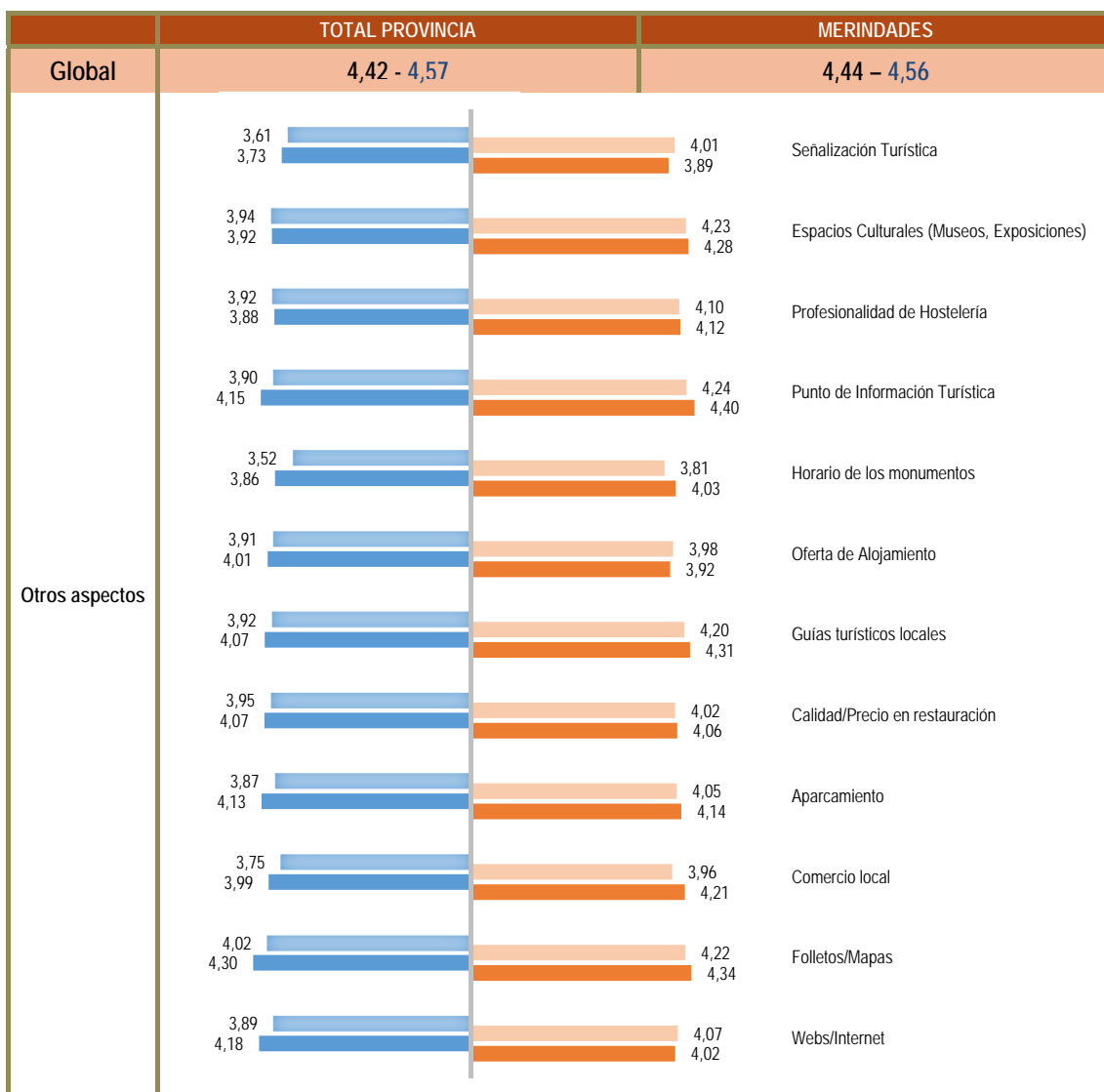


**FIDELIZACIÓN**





**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



En color **azul** el ejercicio 2014 y en **naranja** el ejercicio 2017.

Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**



**MERINDADES**

### 5.1.6 RIBERA DEL DUERO

#### FICHA TÉCNICA

Fecha de realización	Año 2014 (Febrero 2014 a Diciembre 2014) y Año 2017 (Febrero 2017 a Diciembre 2017)
Recogida de 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 (mín.) a 5 (máx.)).
Metodología	Encuesta presencial (en lugares turísticos y en establecimientos colaboradores en la comarca) realizada en fines de semana.
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en los municipios de la recogida de información, que visitan la comarca de RIBERA DEL DUERO.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por comarca. Se divide la comarca en 3 zonas y se consideran los municipios más significativos de cada una, para lo que se calcula el índice de potencialidad turística de Burgos (IPTB) en cada una de los municipios.
Muestra	Total provincia: 1.398; Total Comarca: 192.
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	Total provincia: ±2,62%. (tomando población infinita o superior a 100.000)
Ámbito geográfico	Comarca de Ribera del Duero. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excm. Diputación de Burgos a través de SODEBUR y en este caso de ADRI RIBERA DEL DUERO BURGALESA.

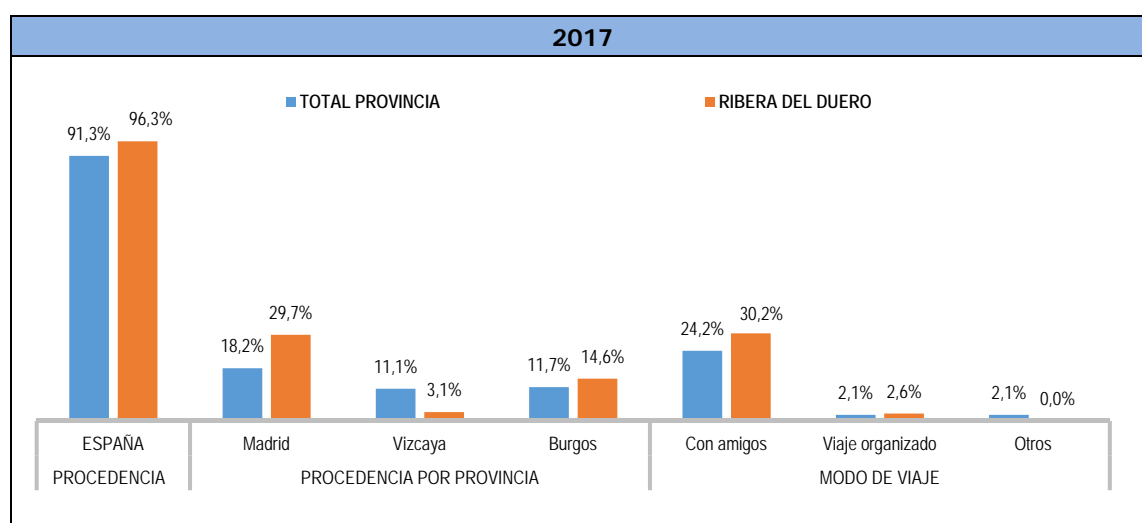
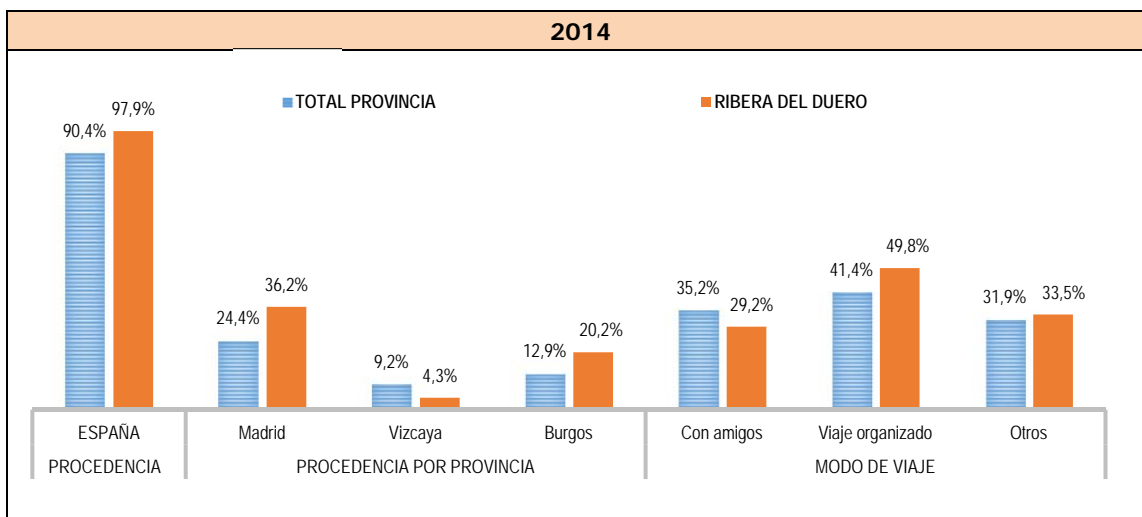
En las tablas Perfil del visitante, preparación de la visita y visita, el texto **en color azul** refleja los datos correspondientes al ejercicio 2017.

#### PERFIL DE VISITANTE

	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO																
Sexo	Hombre (48,1% - <b>46,6%</b> ) / Mujer (51,9% - <b>53,4%</b> )	Hombre (41,2% - <b>50,5%</b> ) / Mujer (58,8% - <b>49,5%</b> )																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - <b>45,9%</b> )	Entre 40 y 54 años (42,4% - <b>48,1%</b> )																
Procedencia	España (90,4% - <b>91,3%</b> ) <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Comunidad</td> <td style="width: 50%;">Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )	España (97,9% - <b>96,3%</b> ) <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Comunidad</td> <td style="width: 50%;">Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> <td>Madrid (24,4% - <b>18,2%</b>)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b>)</td> <td>Burgos (12,9% - <b>11,7%</b>)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b>)</td> <td>Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b>)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )	País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )	Madrid (24,4% - <b>18,2%</b> )																	
Castilla y León (22,0% - <b>24,7%</b> )	Burgos (12,9% - <b>11,7%</b> )																	
País Vasco (14,0% - <b>22,1%</b> )	Vizcaya (9,2% - <b>11,1%</b> )																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - <b>2,1%</b> ) Con amigos (35,2% - <b>24,2%</b> )	Viaje organizado (49,8% - <b>2,6%</b> ) Con amigos (29,2% - <b>30,2%</b> )																

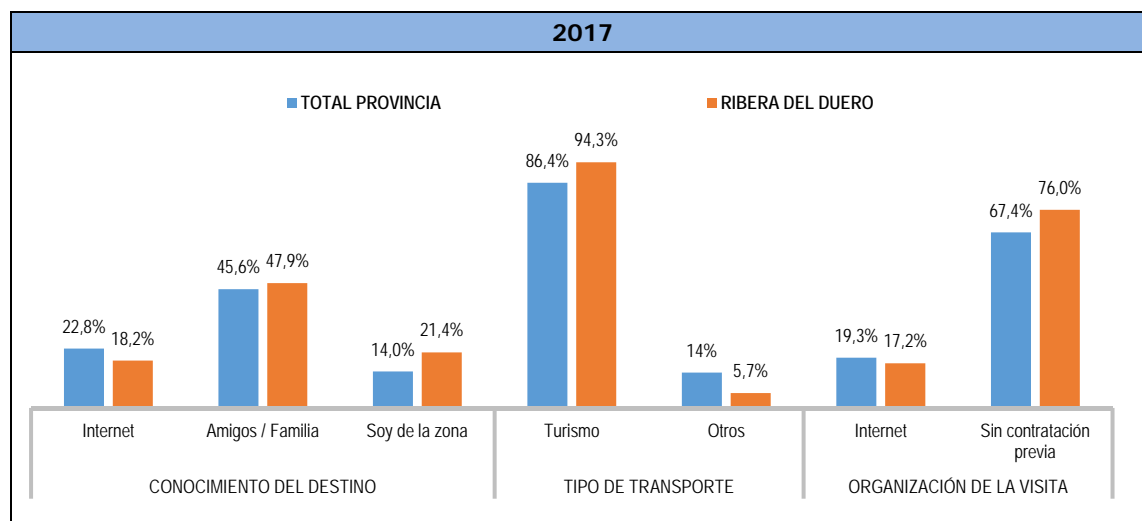
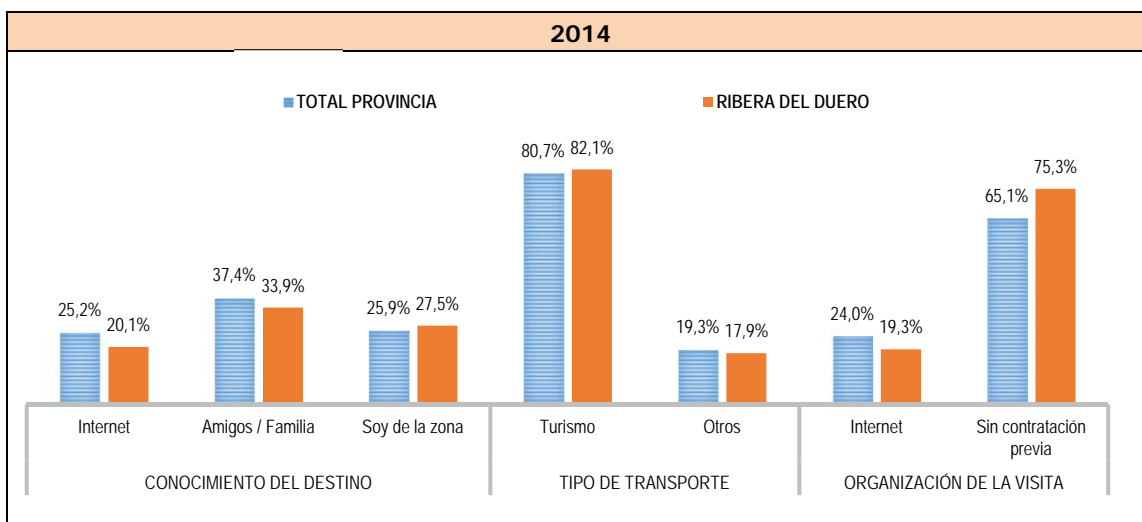
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 86 (44,79% del total)</p>	<p>N: 8 (4,17% del total)</p>





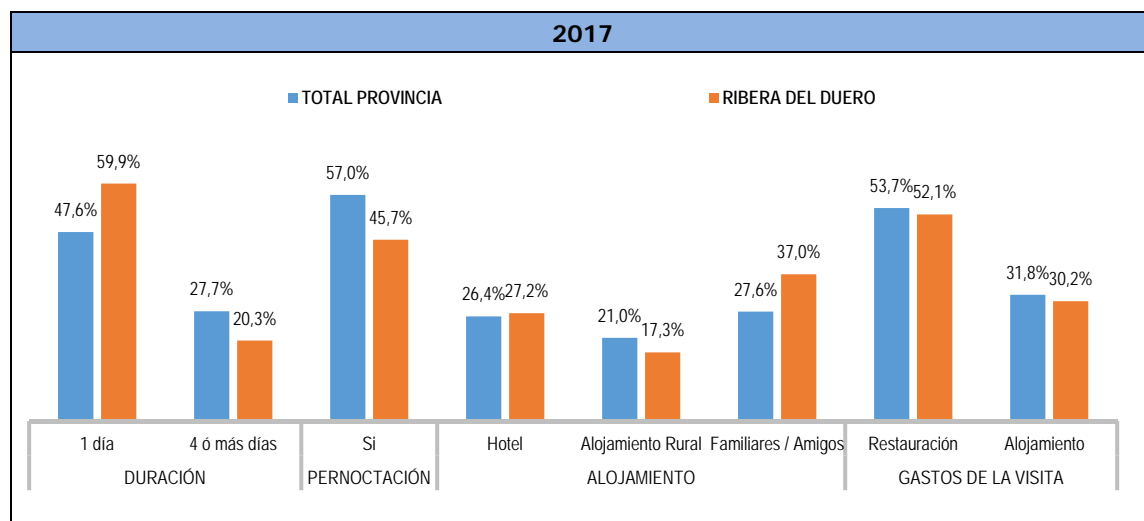
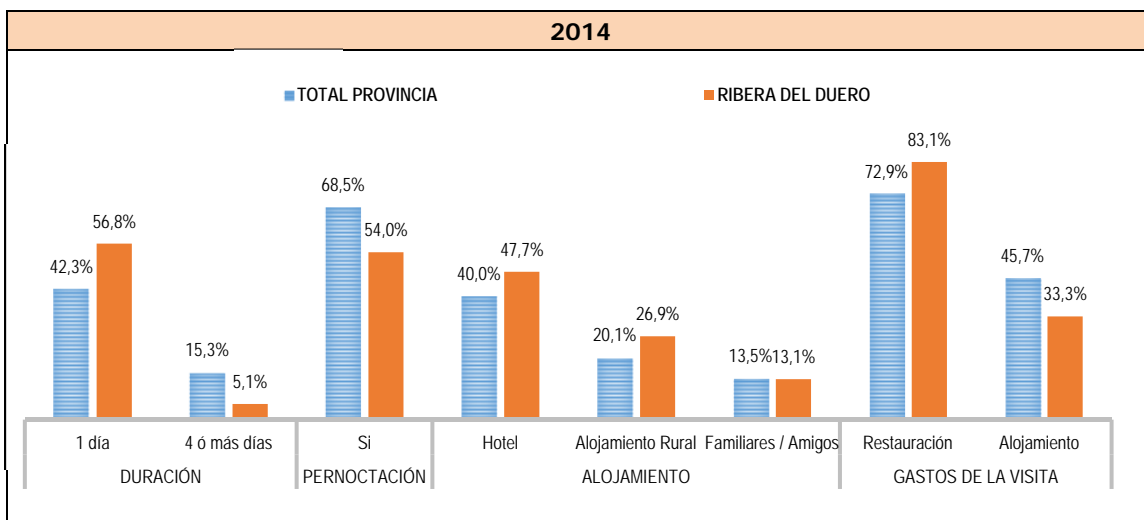
**PREPARACIÓN DE LA VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO
<b>Motivos para realizar el viaje</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - <b>64,0%</b> ) Monumentos y patrimonio (37,3% - <b>45,2%</b> ) Entorno natural (30,8% - <b>52,9%</b> ) Conocer lugares nuevos (24,9% - <b>38,6%</b> ) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5%)	Monumentos y patrimonio (37,4% - <b>59,4%</b> ) Vacaciones/Tiempo libre (30,6% - <b>72,4%</b> ) Disfrutar Gastronomía (20,6% - <b>30,7%</b> ) Conocer lugares nuevos (12,5% - <b>37,0%</b> )
<b>¿Ha estado antes en Burgos provincia?</b>	Si (79,1% - <b>84,4%</b> )	Si (90,0% - <b>92,6%</b> )
<b>Conocimientos del destino</b> <i>(en comarca % &gt; 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - <b>45,6%</b> ) Internet (25,2% - <b>22,8%</b> ) Soy de la zona (25,9% - <b>14,0%</b> )	Amigos / Familia (33,9% - <b>47,9%</b> ) Internet (20,1% - <b>18,2%</b> ) Soy de la zona (27,5% - <b>21,4%</b> )
<b>Tipo de transporte</b>	Turismo (80,7% - <b>86,4%</b> )	Turismo (82,1% - <b>94,3%</b> )
<b>Organización de la visita</b>	Sin contratación previa (65,1% - <b>67,4%</b> ) Internet (24,0% - <b>19,3%</b> )	Sin contratación previa (75,3% - <b>76,0%</b> ) Internet (19,3% - <b>17,2%</b> )

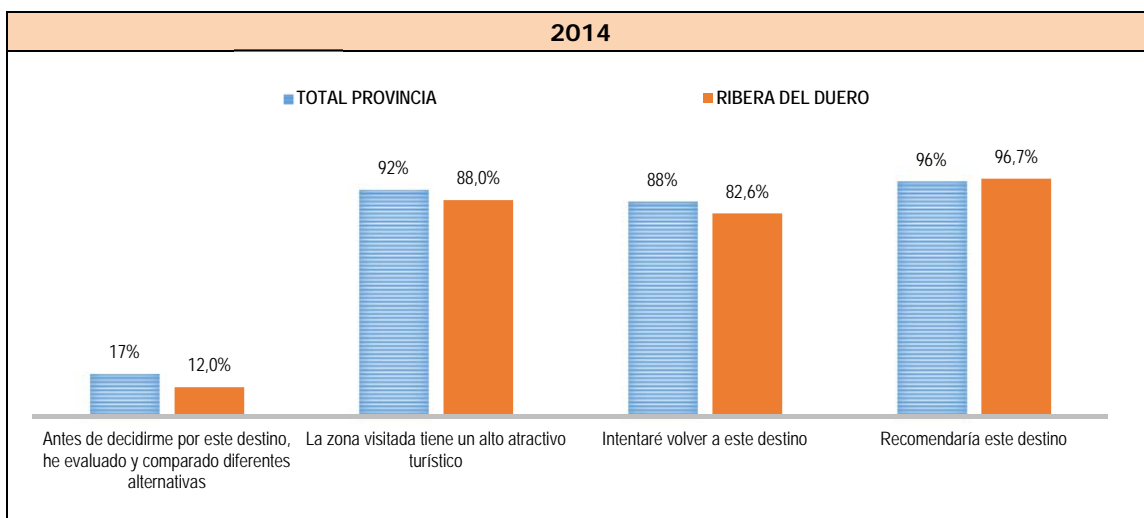


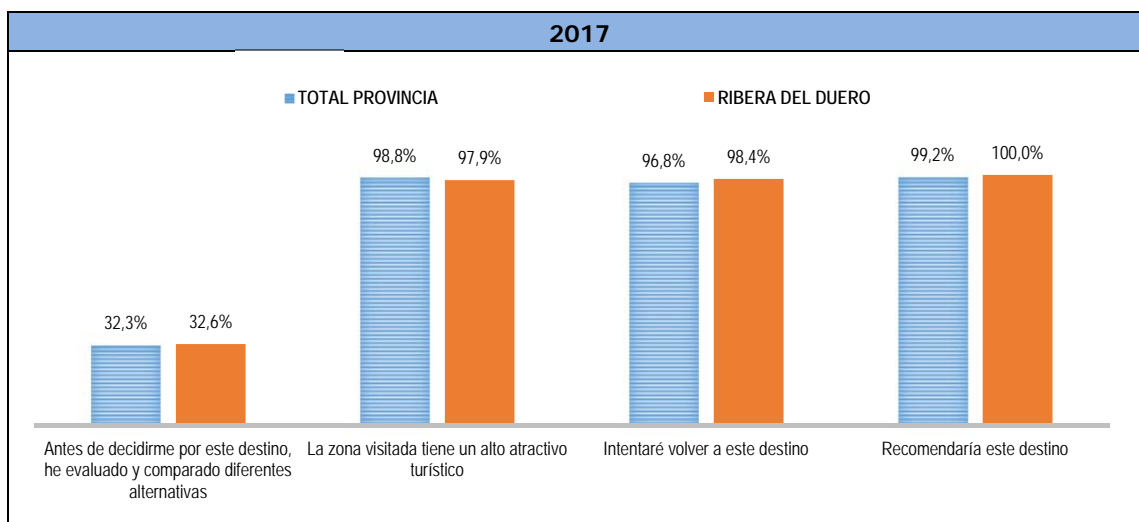
**VISITA**

	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO
<b>Duración</b>	1 día (42,3% - 47,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7%)	1 día (56,8% - 59,9%) 4 o más días (5,1% - 20,3%)
<b>Pernoctación</b>	Sí (68,5% - 57,0%)	Sí (54,0% - 45,7%)
<b>Tipo principal de alojamiento</b>	Hotel (40,0% - 26,4%)	Hotel (47,7% - 27,2%)
<b>Principales gastos de la visita</b>	Restauración (72,9% - 53,7%) Alojamiento (45,7% - 31,8%)	Restauración (83,1% - 52,1%) Alojamiento (33,3% - 30,2%)

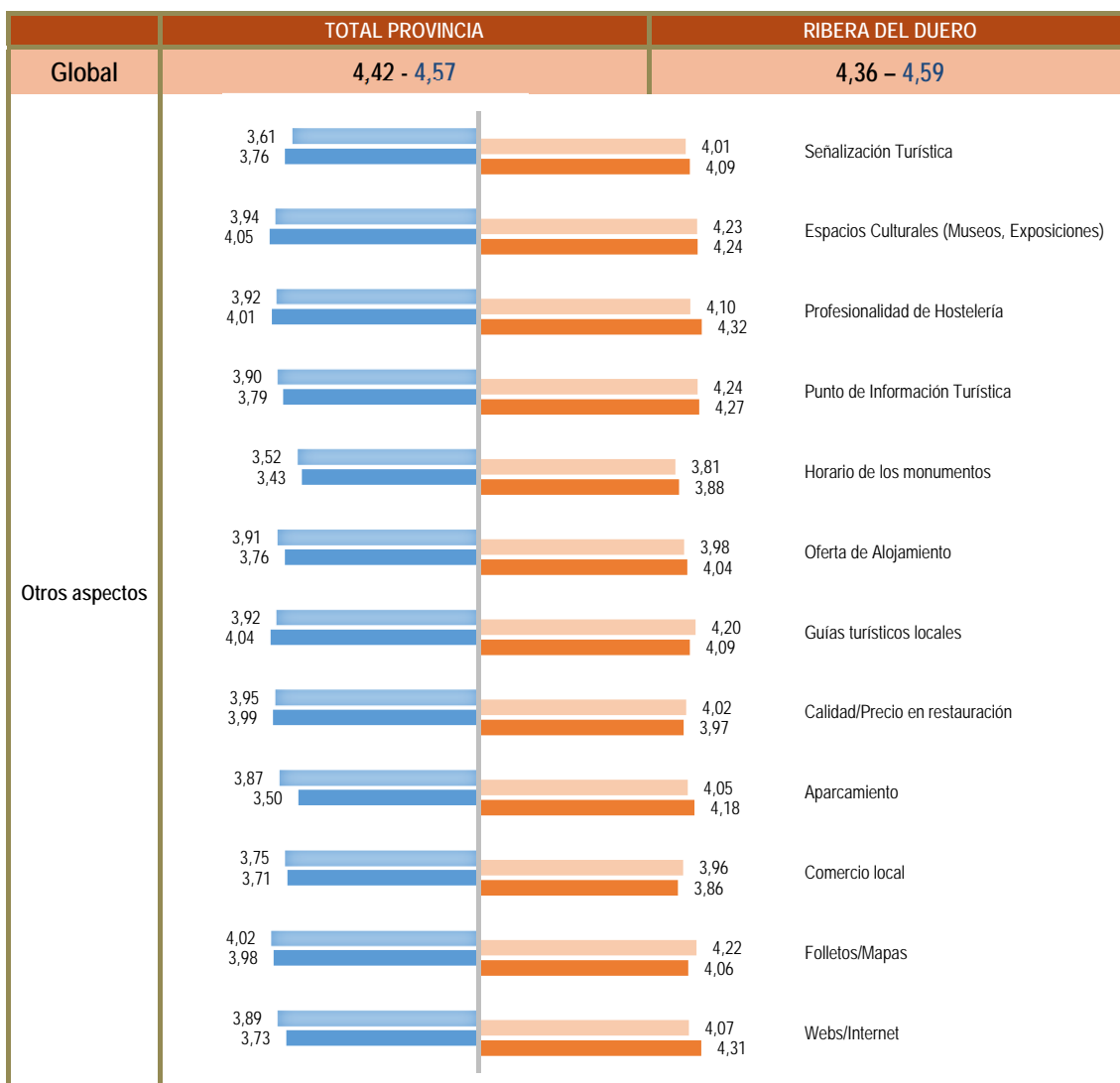


**FIDELIZACIÓN**





**SATISFACCIÓN CON LA VISITA**



En color azul el ejercicio 2014 y en naranja el ejercicio 2017.  
Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.

**ÁREAS DE MEJORA, RECOMENDACIÓN Y PERMANENCIA**

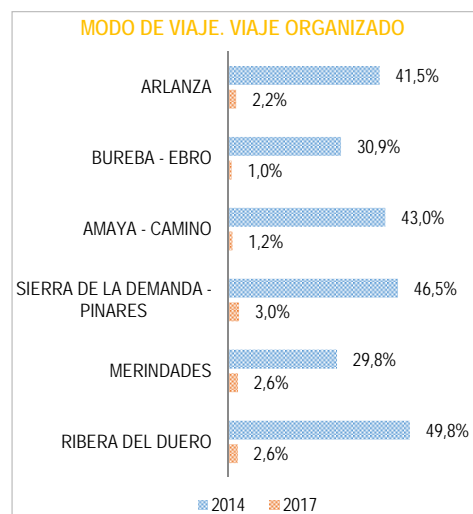
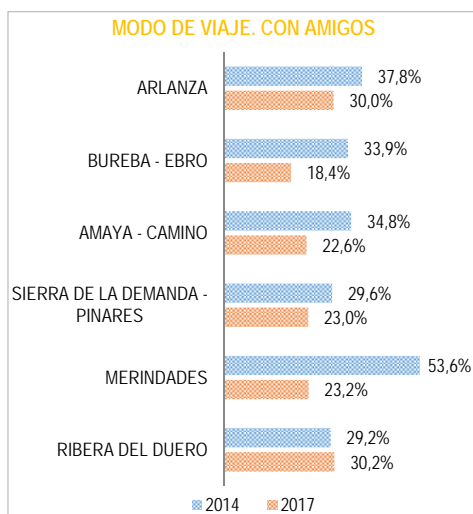
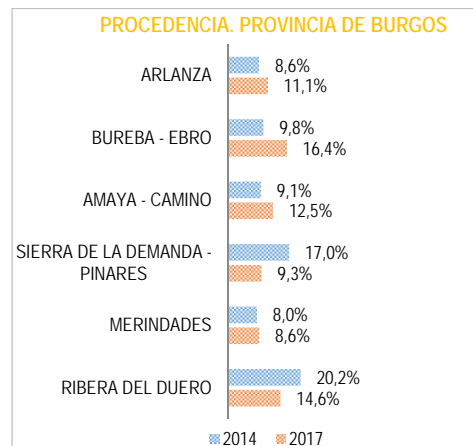
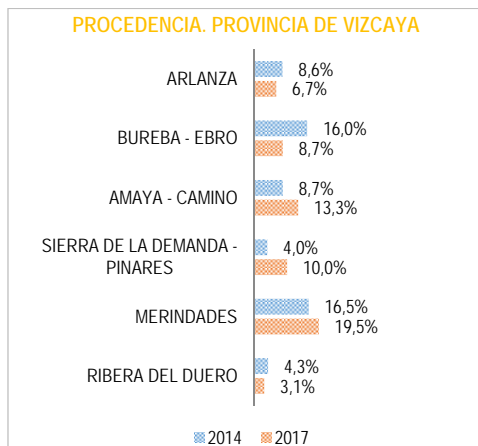
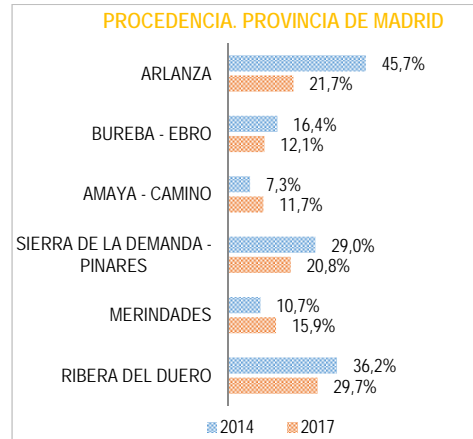
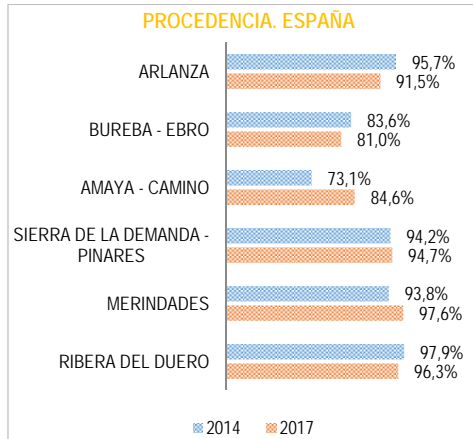
Motivos por los que recomendaría visitar la provincia de Burgos	Aspectos que se podrían mejorar
<p>N: 162 (84,38% del total)</p>	<p>N: 81 (42,19% del total)</p>
Aspectos que podría hacerle quedarse más días en su visita a la provincia de Burgos	
<p>N: 20 (10,42% del total)</p>	



**RIBERA DEL DUERO**

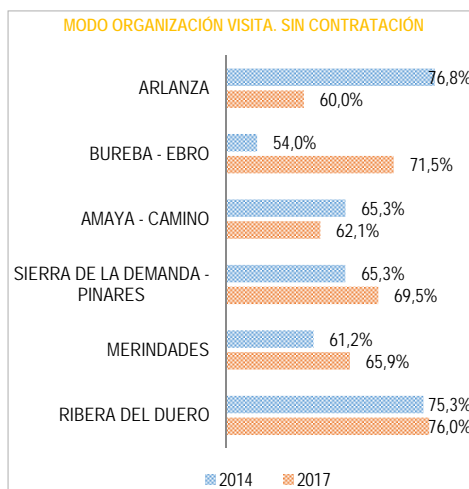
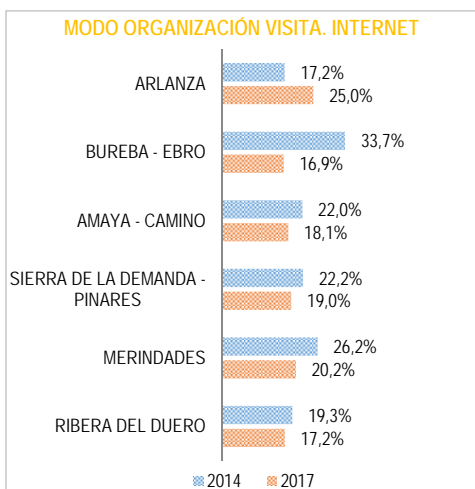
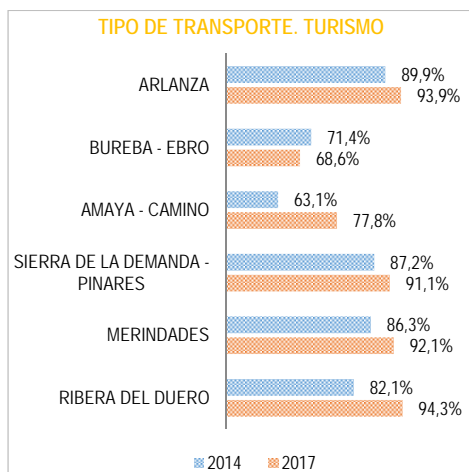
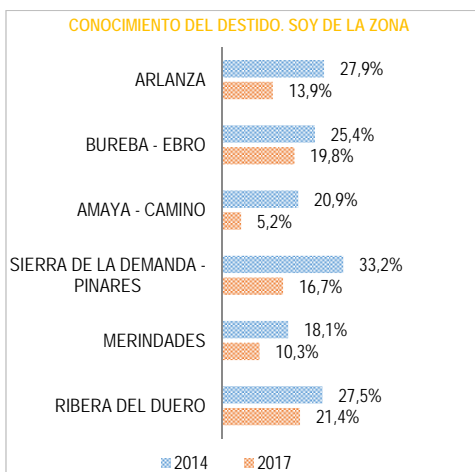
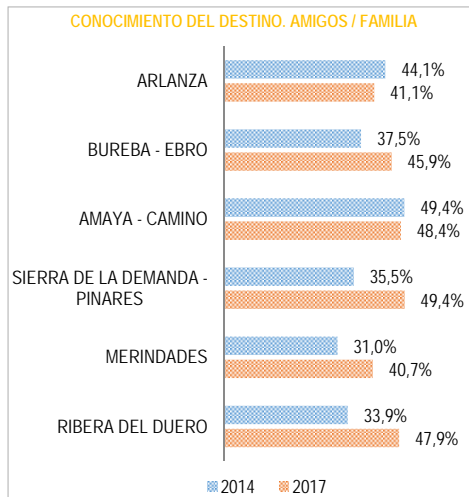
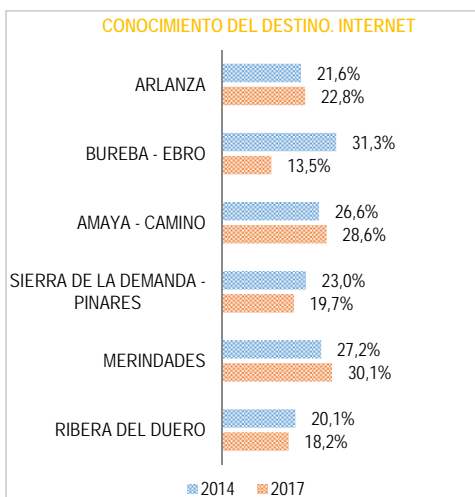
## 5.2 Análisis Comparativo entre Comarcas de la Provincia

### PERFIL DE VISITANTE

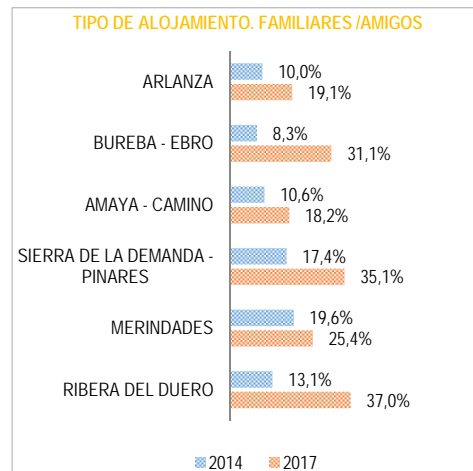
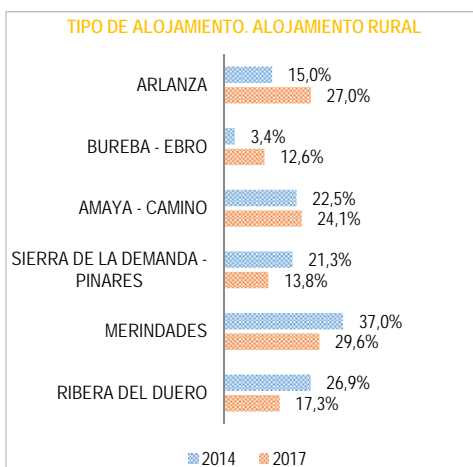
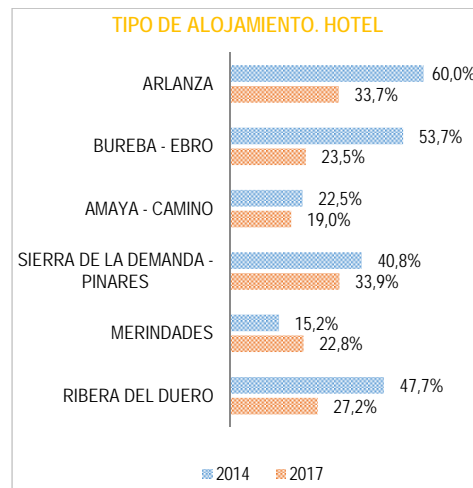
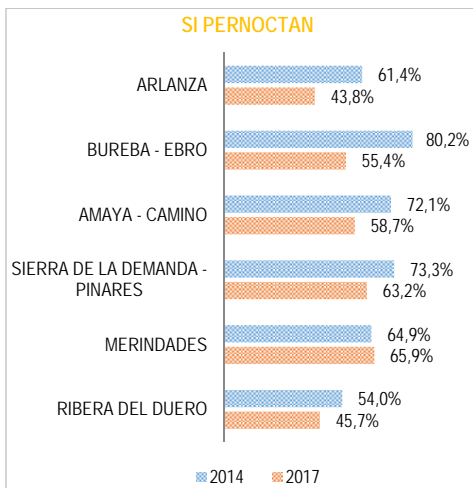
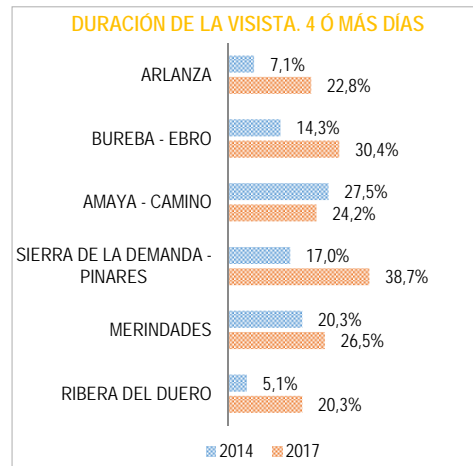
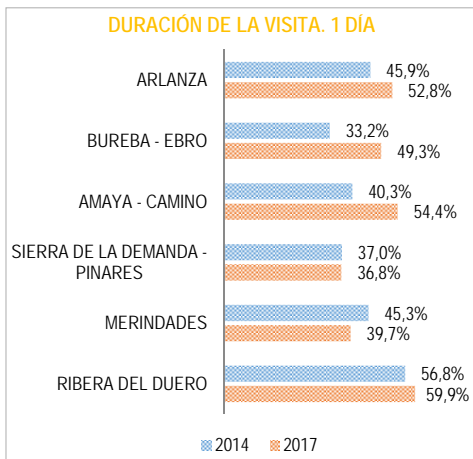


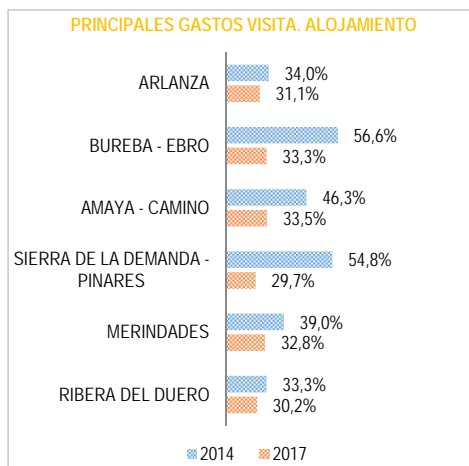
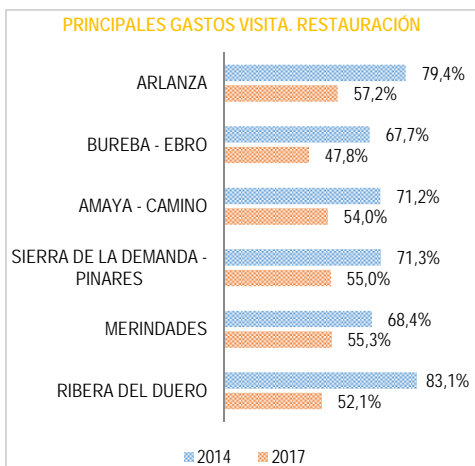


### PREPARACIÓN DE LA VISITA



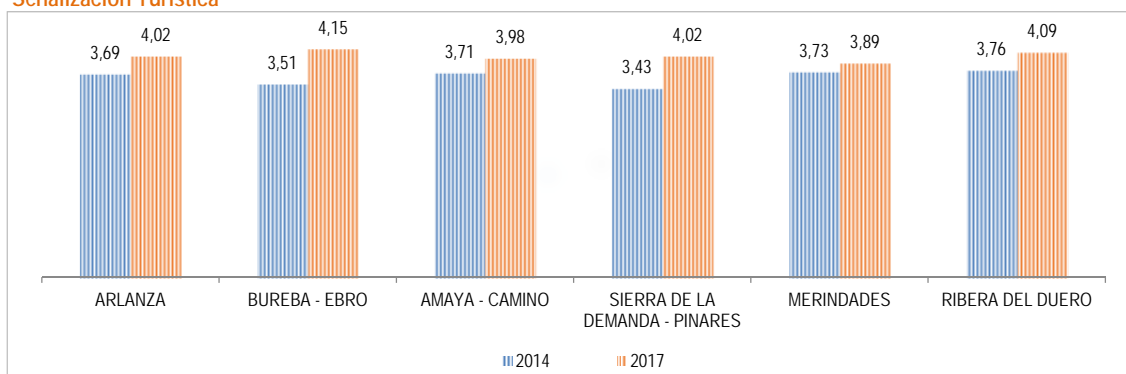
**VISITA**



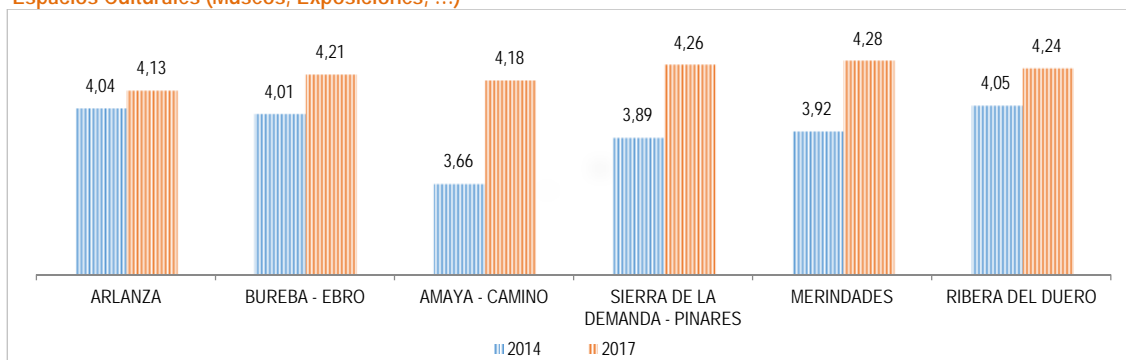


## SATISFACCIÓN CON LA VISITA

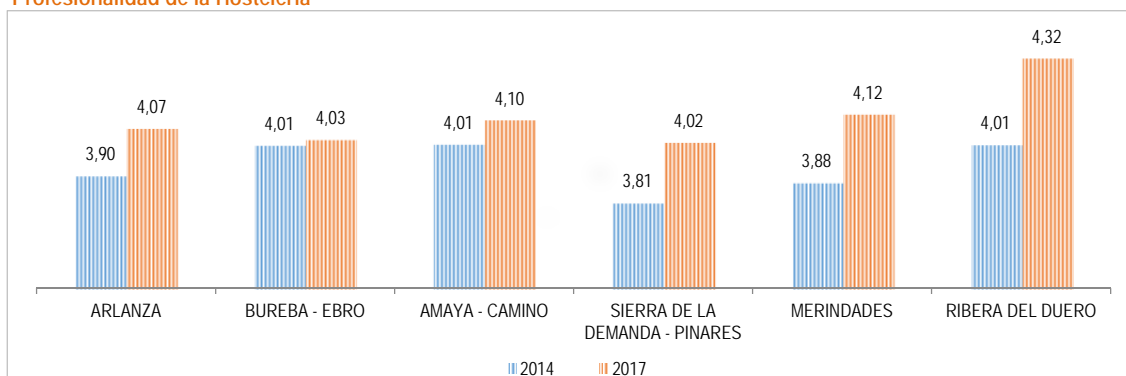
### Señalización Turística



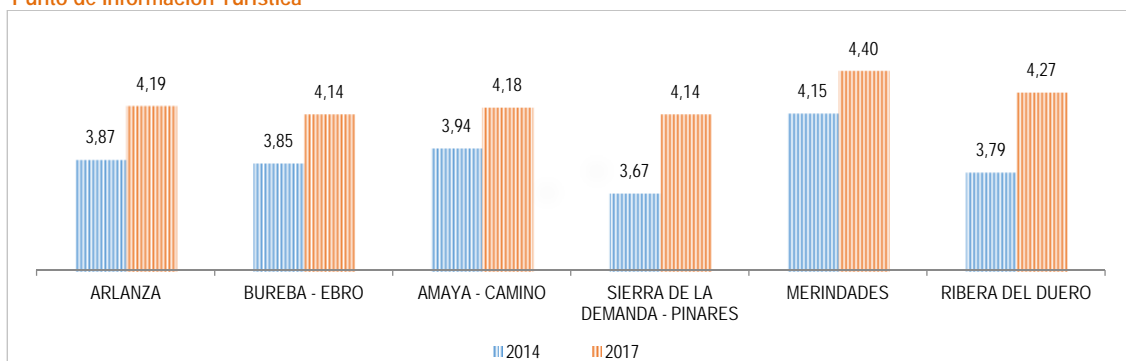
### Espacios Culturales (Museos, Exposiciones, ...)



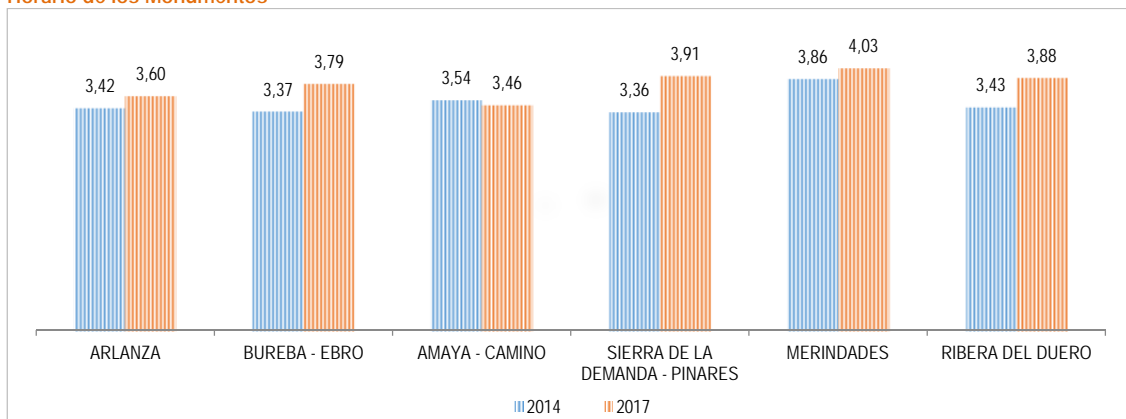
### Profesionalidad de la Hostelería



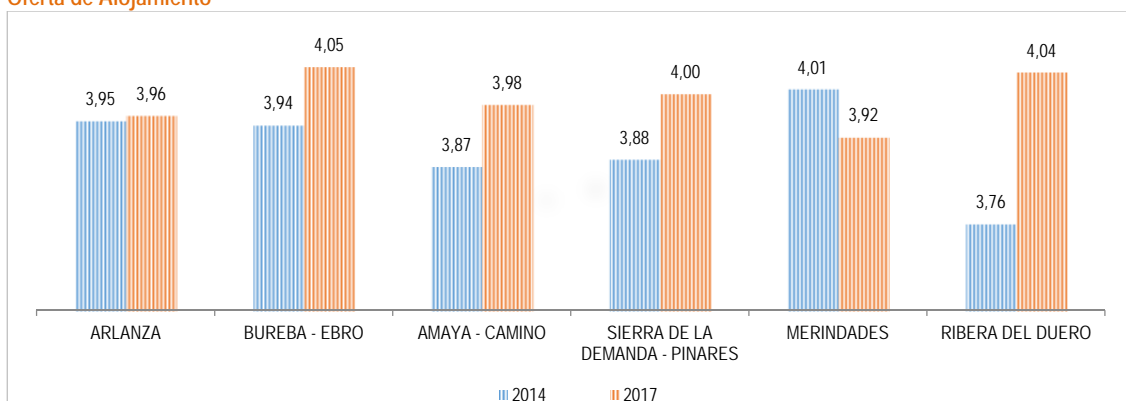
### Punto de Información Turística



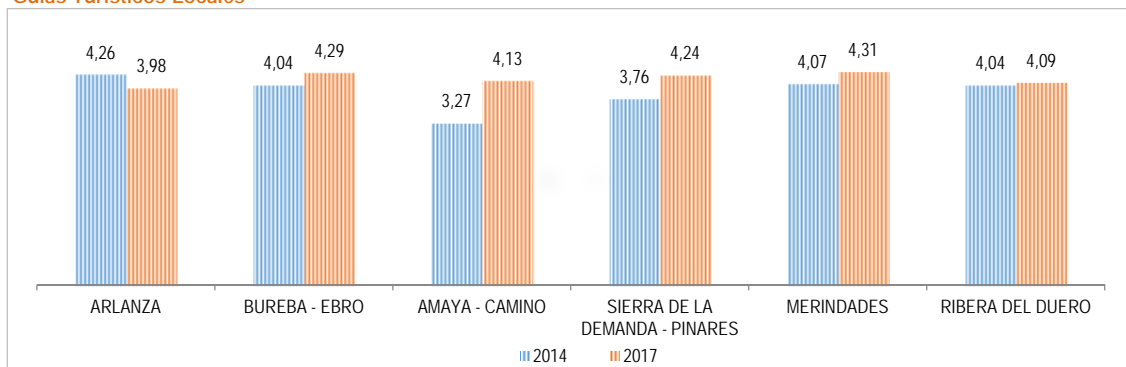
### Horario de los Monumentos



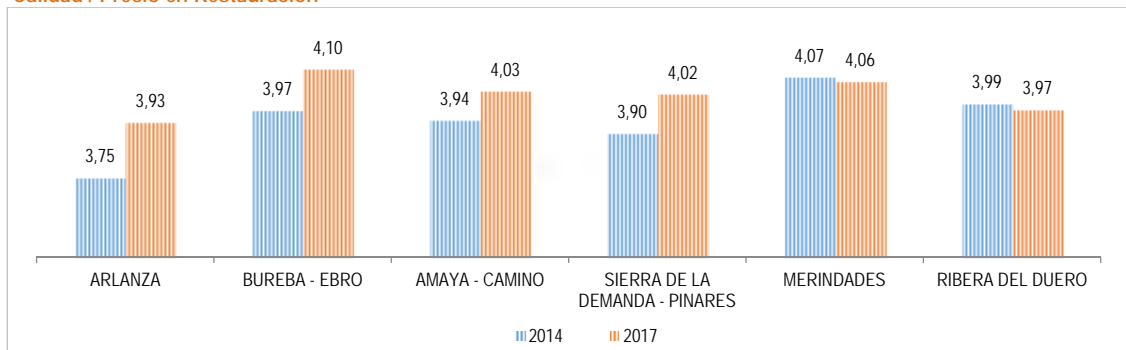
### Oferta de Alojamiento



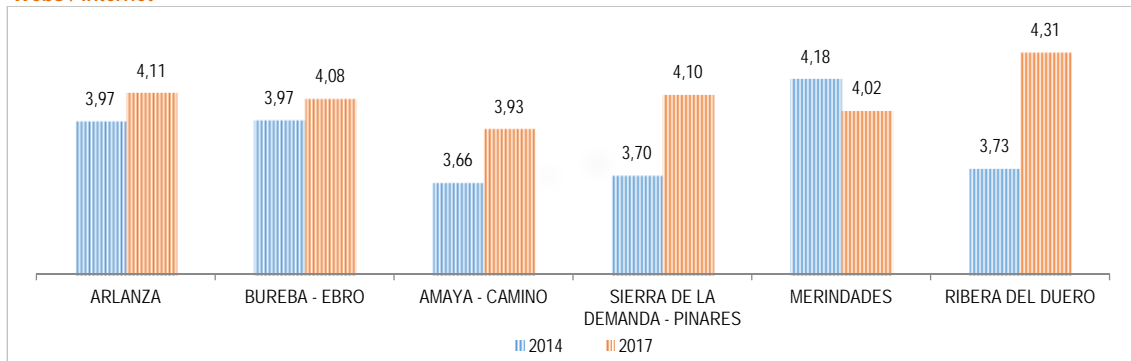
### Guías Turísticas Locales



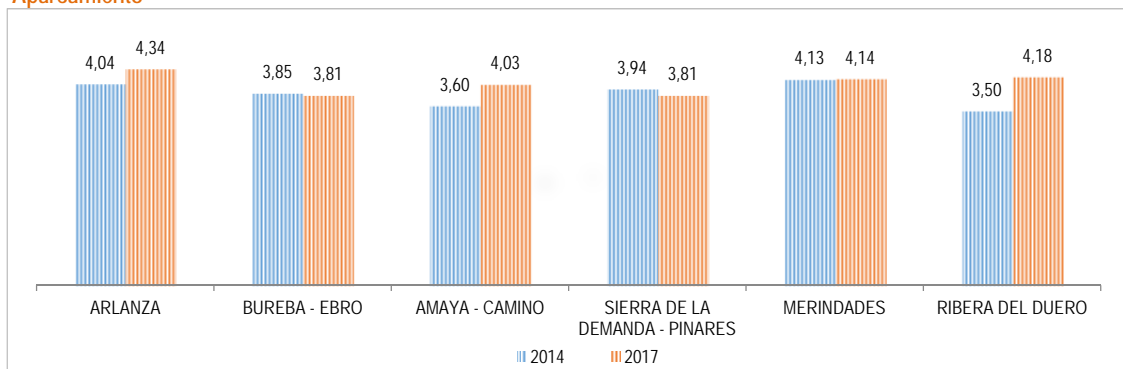
### Calidad / Precio en Restauración



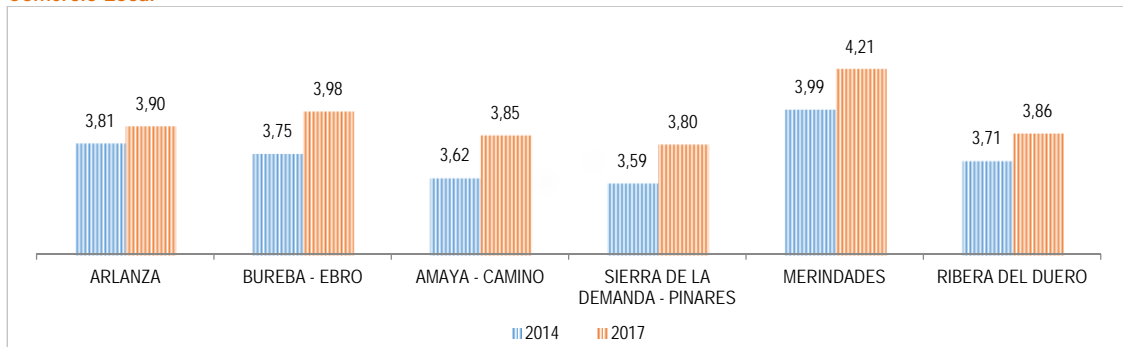
**Webs / Internet**



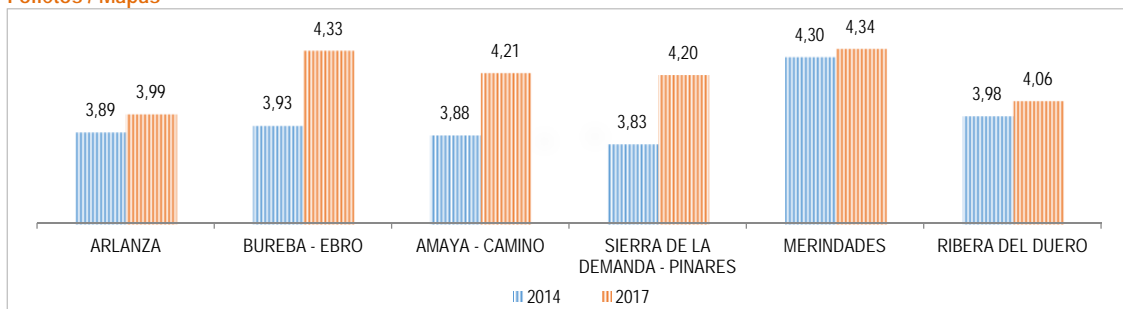
**Aparcamiento**



**Comercio Local**

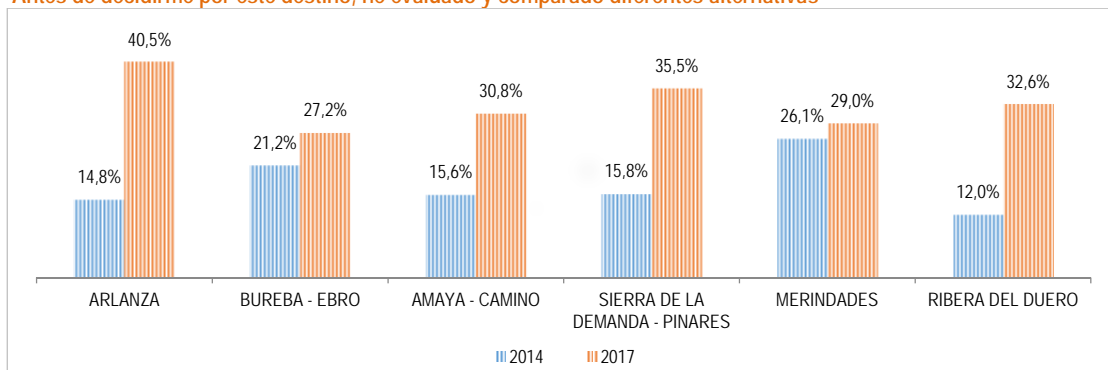


**Folletos / Mapas**

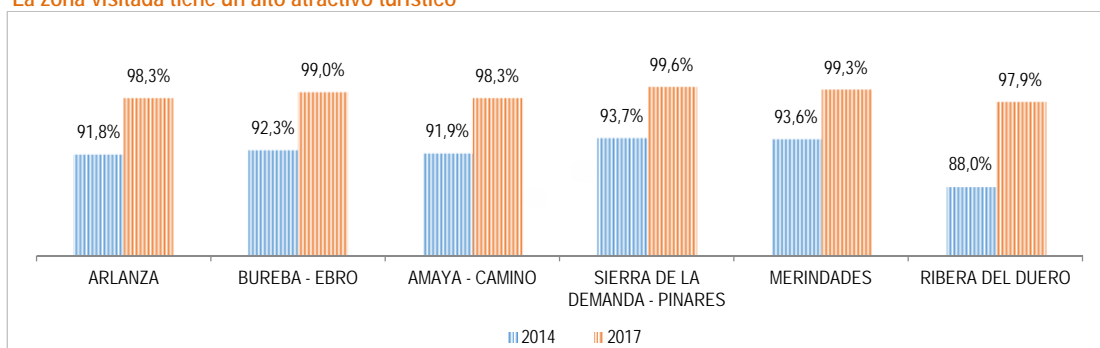


## FIDELIZACIÓN

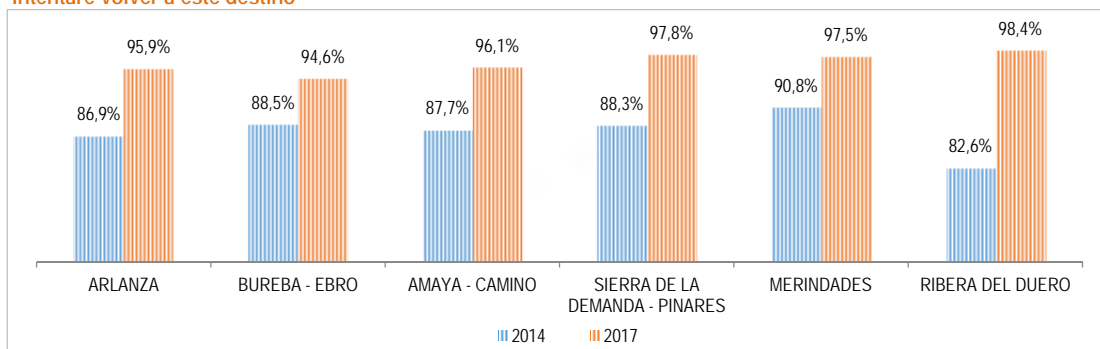
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas



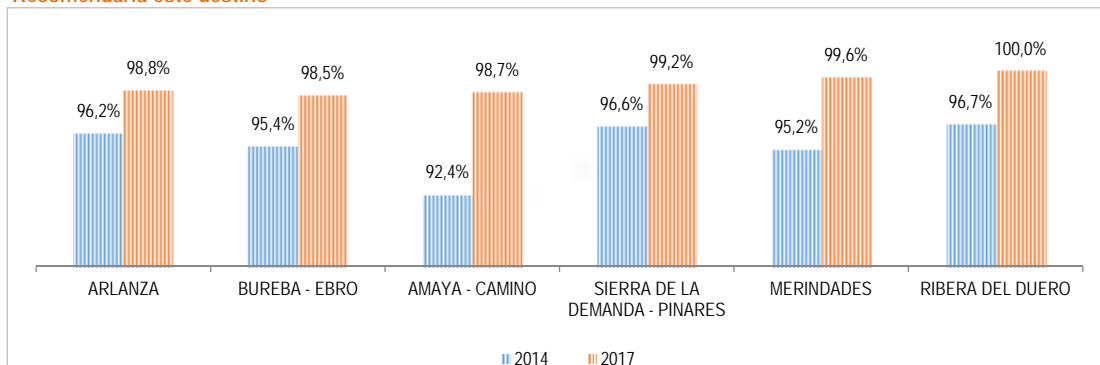
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico



Intentaré volver a este destino



Recomendaría este destino







# 6 CONCLUSIONES





## 6. Conclusiones

- 1.- En el año 2017 el número de establecimientos hoteleros (hoteles y hostales) en la provincia alcanzó los 172 establecimientos, lo que supone un incremento del 4,88% en relación al año 2016, siendo este crecimiento mayor al experimentado en Castilla y León y en el conjunto nacional, situación que pone de manifiesto la consolidación de la tendencia creciente en los dos últimos años, principalmente por el incremento de los establecimientos de la provincia en un 17,92%; a pesar de lo cual, el número de establecimientos hoteleros sigue siendo inferior a los existentes en el año 2012 en Burgos, Castilla y León, España, León, Salamanca, Cuenca y Cáceres.
- 2.- La oferta de establecimientos de alojamientos de turismo rural en el año 2017 es superior a la existente en el año 2012 tras el incremento observado en el año 2015; este incremento se produce principalmente en las Merindades.
- 3.- En relación con los establecimientos destinados a la restauración, en el año 2017 se ha producido un incremento del 1,3% en relación al 2016 y del 13,98% con respecto al 2012, principalmente debido al aumento en las comarcas de Ribera y Ebro-Bureba. Sin embargo, hay un estancamiento en el resto de comarcas, así como en la oferta de apartamentos turísticos y albergues.
- 4.- Si consideramos los datos de sólo la provincia observamos que el número de viajeros en establecimientos hoteleros ha experimentado un incremento del 7,35% anual en el año 2017, variación positiva al igual que en las otras provincias con las que comparamos, mientras que el número de viajeros en establecimientos de alojamiento rural ha disminuido un 1,97% anual (descenso del 12,15% en los turistas extranjeros), también como consecuencia del fuerte incremento observado en 2016 (+22,29%). A pesar de lo cual, en el periodo 2014-2017 el incremento es del 29,23% y el número de pernoctaciones aumentó un 6,29% en el año 2017 y un 28,8% en el periodo 2014-2017.
- 5.- El número de turistas extranjeros alojados en establecimientos hoteleros en Burgos sigue presentando porcentajes superiores al resto de las provincias con las que nos comparamos, tanto en el número de viajeros como en el de pernoctaciones con valores próximos al 36% y al 30% respectivamente. No así en el caso de los alojados en establecimientos de turismo rural donde el porcentaje de extranjeros representan el 14,71% en el número de viajeros y el 11,37% en el número de pernoctaciones en el año 2017, estando por debajo de los valores que se observan en Córdoba, Cuenca y León. En relación con los viajeros alojados en camping, mayoritariamente son extranjeros en Burgos (61,05% en 2017), así como en Salamanca (67,97%).
- 6.- El grado de ocupación por plazas de turismo rural y por habitaciones presenta un cambio de tendencia a partir del año 2014, ya que desde 2005 a 2013 había sido descendiente.
- 7.- Al observar la afiliación a la Seguridad Social en el sector hostelero en la provincia de Burgos, incluyendo la capital, se observa un contraste entre el incremento en las tasas en Régimen General desde 2013 en Burgos, la Comunidad y el conjunto nacional, y el descenso en las tasas en R.E.T. Autónomos desde el 2014 en Burgos y Castilla y León.
- 8.- Al desestacionalizar los datos, se destaca la recuperación en los afiliados a la Seguridad Social en Burgos que se pone de manifiesto en todos los sectores, pero especialmente en el sector hostelero que está recuperándose de una importante caída sufrida en el año 2012.
- 9.- El personal empleado en alojamientos de turismo rural presenta una tendencia creciente durante todo el periodo 2005-2017, lo que viene explicado por el aumento en el número de establecimientos rurales.
- 10.- El número de visitantes que llegan a las oficinas de turismo, con carácter general, presentan una tendencia creciente, siendo las oficinas de: Lerma, Briviesca, Poza de la Sal, Covarrubias, Frías, Oña, Medina de Pomar y Peñaranda de Duero las que más visitantes reciben. También se observan incrementos en el número de visitantes en los distintos Centros Expositivos (Monumentos y puntos de interés naturales), siendo los más visitados: Pasadizo Ducal de Lerma, Territorio Arlanza, CIMA, Colegiata de Covarrubias, Monasterio de Santo Domingo de Silos, Museo de los Dinosaurios de Salas, Castillo de Frías, Museo Histórico de la Merindades, Palacio de Avellaneda, Ciudad Romana de Clunia y

las Casas del Parque (Casa de la Madera, Lagunas de Neila, Ojo Guareña, Montes Obarenes y Monte Santiago).

- 11.-** El perfil sociodemográfico del visitante no ha variado mucho con respecto a anteriores periodos. La mayor parte de los visitantes, a nuestra provincia, procede de Castilla y León, viaja en familia (41,34%) o pareja (32,90%) y tiene un rango de edad entre 40 y 54 años (45,94%). Además, muchos eligen el destino para disfrutar de las vacaciones (78,85%) y del entorno natural (65,20%), entre otros muchos aspectos.
- 12.-** El medio de transporte utilizado principalmente es el coche (80,27%) y suelen realizar la visita sin contratación previa (65,10%) obteniendo información de familiares y amigos y usando Internet para buscar información en portales como Google, Google Maps y Portales de ayuntamientos. Aunque, sólo unos pocos utilizan Internet para contratar o pagar, siendo Booking el principal portal que utilizan.
- 13.-** El grado de satisfacción global (4,57 sobre 5 en 2017, frente al 4,42 en 2014) y la fidelización sigue manteniendo una tendencia creciente al comprobar que más del 80% han estado con anterioridad en Burgos ciudad y provincia, teniendo un porcentaje bastante alto de aquellos que han estado más de 4 veces en tierras burgalesas (57,71%). Además de los altísimos porcentajes de aquellos que recomendarían el destino (99,20%) y de los que opinan que el lugar visitado tiene un alto atractivo turístico (98,80%).
- 14.-** Los visitantes en el año, se mantienen altamente satisfechos con todos los aspectos considerados, destacan los puntos de información (4,24) y espacios culturales (4,23). Los aspectos con un menor grado de satisfacción entre los visitantes de la provincia son: la oferta de alojamientos (3,98), el comercio local (3,96) y el horario de los monumentos (3,81); aunque en este último se ha producido un ligero aumento en la satisfacción, ya que en 2014 el valor medio asignado era de 3,52. También se ha observado una ligera mejoría en la satisfacción con la señalización turística. A pesar de este elevado grado de satisfacción, las principales incidencias están relacionadas con los museos y monumentos, los alojamientos y los servicios de información.
- 15.-** En el análisis de la percepción de cada uno de los ítems considerados y segmentados por comarcas, así como en la fidelización, observamos que, prácticamente en todos ellos, se ha producido un incremento en su satisfacción entre los años 2014 a 2017 en todas las comarcas; destacando el aumento en el porcentaje de visitantes que evalúan y comparan diferentes alternativas antes de decidirse por el destino, lo que evidencia la necesidad de mejorar los canales de comunicación y difusión de nuestra provincia desde el punto de vista del turismo, con la finalidad de facilitar/influir en su decisión de venir a Burgos.



# 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 Provincia de Burgos, Origen y Destino**  
*Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*  
*Universidad de Burgos*  
*C/Parralillos, s/n 09001 - BURGOS*  
*Tfnos: 947 258962 y 634 265144*  
*E-mail: [otb@ubu.es](mailto:otb@ubu.es)*



**UNIVERSIDAD  
DE BURGOS**



**Diputación  
de Burgos**