

# FIN DE SEMANA Cidiano

Burgos, 3, 4 y 5 de Octubre 2014



## INFORME

Burgos, Octubre 2014



**OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE BURGOS**

**VI EDICIÓN FIN DE SEMANA CIDIANO – INFORME OCTUBRE 2014**

**EDITA:**

Universidad de Burgos  
Ayuntamiento de Burgos

**COORDINA:**

Pablo Arranz Val

**ELABORADO POR:**

Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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



Fernando Lara Ortega  
Germán Martínez Arcos  
Begoña Sanmartí Estarta

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

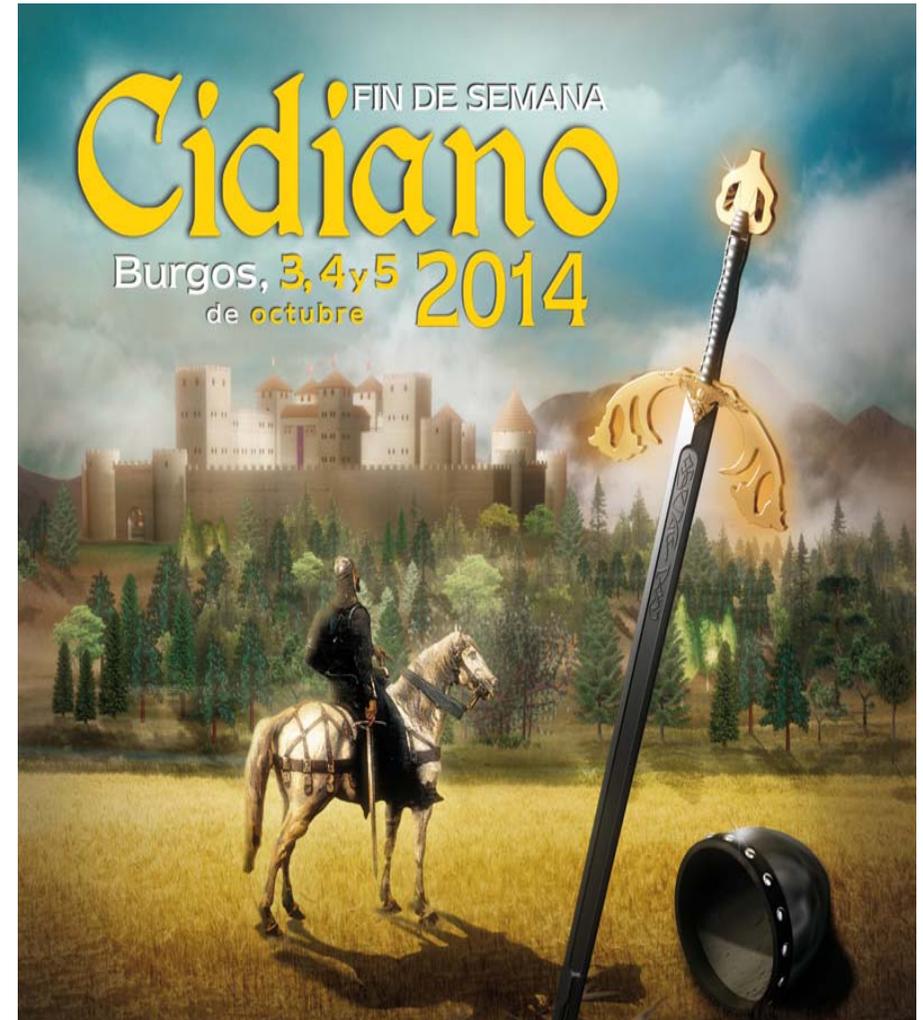
**DISEÑO Y MAQUETACIÓN:**

Equipo Técnico de la Universidad de Burgos

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

# Índice

	Página
1. Fin de Semana Cidiano.....	4
2. Encuesta a Turistas. Resultados.....	5
3. Encuesta a Establecimientos Hoteleros y de Restauración.....	15
4. Visitantes a Museos y Monumentos.....	20
5. Conclusiones.....	21



## 1. Fin de Semana Cidiano

El Fin de Semana Cidiano de Burgos es un evento de carácter cultural que se desarrolla durante el primer fin de semana de octubre desde 2009. En el transcurso del mismo tienen lugar una serie de actividades lúdicas y culturales cuyo hilo conductor es la figura de Rodrigo Díaz de Vivar, el Cid Campeador. Entre dichas actividades merece destacar un mercado medieval y diversas representaciones de torneos y luchas de espadas de la época. En el 2014, durante los días 4 y 5, se ha celebrado su VI edición.

La realización de este tipo de eventos culturales, deportivos y sociales puede ser valorada desde diferentes perspectivas. Así, puede ser de gran interés tanto el conocimiento de las valoraciones otorgadas a los mismos por la sociedad burgalesa, los turistas y los diferentes agentes del sector turístico de la ciudad, como la medición de su impacto económico.

Dada la importancia económica de este tipo de actividades, el Ayuntamiento de Burgos, a través de la Fundación Proyecta, y la Universidad de Burgos han firmado un acuerdo que permita cuantificar diferentes elementos relacionados con el **Fin de Semana Cidiano 2014** (FSC), así como su repercusión en los establecimientos hoteleros y de restauración de la zona centro.

Los objetivos señalados se han alcanzado a través de las siguientes actuaciones: encuestas presenciales a turistas a pie de calle en los lugares en los que se desarrollaban los diferentes eventos y a turistas alojados en los establecimientos hoteleros de la zona centro; encuestas telefónicas a los responsables de establecimientos hoteleros y de restauración. Asimismo, se ha recopilado información sobre el número de visitantes registrados en oficinas de turismo, museos y monumentos...

En este informe se presentan de forma gráfica y numérica, los resultados obtenidos en cada una de las actuaciones mencionadas anteriormente. Por un lado, las encuestas presenciales han permitido determinar el perfil del visitante, su

procedencia y el modo de viaje, su grado de conocimiento del evento y el medio a través del cual lo ha conocido, la duración de su estancia y el tipo de alojamiento elegido, así como la distribución de sus gastos, su grado de satisfacción y la posibilidad de recomendar el evento; todo ello completado con los aspectos susceptibles de mejora y las nuevas demandas de los turistas.

Por otro lado, las encuestas telefónicas han permitido determinar la variación del volumen de actividad y empleo en el fin de semana 4 y 5 de octubre de 2014, en los establecimientos hoteleros y de restauración, respecto al fin de semana 27-28 de septiembre de 2014; así como los aspectos relacionados con las ofertas específicas de estos establecimientos y las posibles mejoras que podrían introducirse en esta actividad.

El trabajo se completa con la información que ha podido ser recabada sobre el número de visitantes registrados en oficinas de turismo, museos y monumentos en el Fin de Semana Cidiano 2013 y 2014, así como los registrados en el fin de semana anterior, 27 y 28 de septiembre de 2014.

Las principales conclusiones obtenidas del estudio realizado son destacadas al final del informe.

Este último párrafo de la introducción queremos dedicárselo a cuantas personas han participado en el desarrollo del mismo: alumnos, profesores y personal técnico de la Universidad de Burgos, responsables de turismo del Ayuntamiento de Burgos, responsables de establecimientos hoteleros y restaurantes de Burgos, responsables de museos y monumentos, responsables de la Federación de Hostelería de Burgos y, en general, a todos los turistas que nos han visitado. A todas ellas nuestro más sincero agradecimiento.



## 2. Encuesta a Turistas. Resultados

En este apartado se presentan de forma gráfica y numérica, los resultados obtenidos en las encuestas de calle y hoteles que han permitido determinar el perfil del visitante, su procedencia y el modo de viaje, su grado de conocimiento del evento y el medio a través del cual lo ha conocido, la duración de su estancia y el tipo de alojamiento elegido, así como la distribución de sus gastos, su grado de satisfacción y la posibilidad de recomendar en evento; todo ello completado con los aspectos susceptibles de mejora y las nuevas demandas de los turistas. Para ello el Observatorio de Turismo de la ciudad y provincia de Burgos ha contado con la colaboración de trece encuestadores (todos ellos estudiantes pertenecientes a la Universidad de Burgos), que han recopilado información durante el fin de semana en todos los espacios de la ciudad en los que se desarrollaron las diversas actividades, así como en la zona de influencia.

### FICHA TÉCNICA

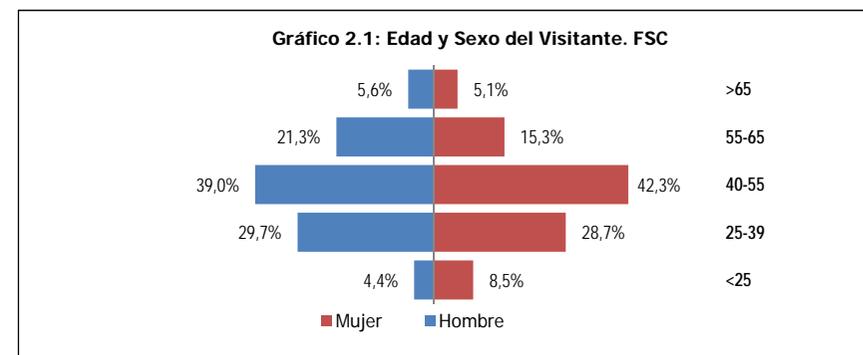
Fecha de realización	4 y 5 de Octubre de 2014.
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En la pregunta de satisfacción con la visita, se utiliza la escala Likert ( <i>valoración de diferentes aspectos en una escala numérica con un recorrido de 1 (mín.) a 10 (máx.)</i> ).
Metodología	Encuesta presencial a turistas a pie de calle en lugares predefinidos (Oficinas de Turismo, Calle, Hoteles)
Población	Personas mayores de 16 años, no residentes en la ciudad de Burgos, que visitan la ciudad de Burgos en el Fin de Semana Cidiano.
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por lugar de encuestación. Fuente población: Datos INE. EOH (oct-11: 68249, oct-12: 66234 y oct-13: 68818). Por fin de semana (oct-11: 68249/4, oct-12: 66234/4 y oct-13: 68818/4). Promedio de los últimos 3 años: 16942
Muestra	801 (195 en Oficinas de Turismo, 363 a pie de calle, 243 en hoteles).
Nivel de confianza	95%.
Error muestral	± 3,38%, para datos globales.

### PERFIL DE VISITANTE

Sexo	N=801 (100%)	(48,7%) Hombres y (51,3%) Mujeres.
Procedencia	N=801 (100%)	(88,1%) España y (11,9%) Otros países.
Edad	N=801 (100%)	(40,7%) entre 40 y 55 años, (29,2%) entre 25 y 39 años y (18,2%) entre 55 y 65 años.
Modo de viaje	N=801 (100%)	(90,6%) de modo particular y (9,4%) en viaje organizado.
¿Cuántas personas han venido en el viaje con usted?	N=800 (99,9%)	(41,0%) 2 personas y (34,8%) 4 ó más personas.

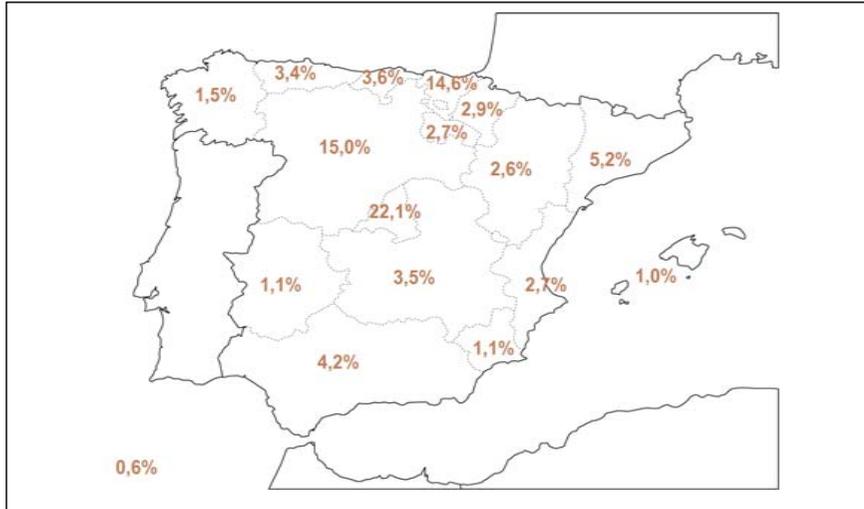
El visitante que acude al FSC procede mayoritariamente del ámbito nacional (88,1%), tiene una edad comprendida entre los 40-50 años (40,7%), ha planificado personalmente la visita (90,6%) y ha realizado el viaje acompañado de otra persona (41%), no existiendo diferencias en lo que respecta al sexo (51,3% mujeres y 48,7 hombres).

La distribución de los turistas según la CCAA de procedencia aparece reflejada en el gráfico 2.1. Merece destacar que son las regiones de Madrid (22,1%), Castilla y León (15%) y País Vasco (14,6%) las que aportan conjuntamente la mitad de los visitantes.



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

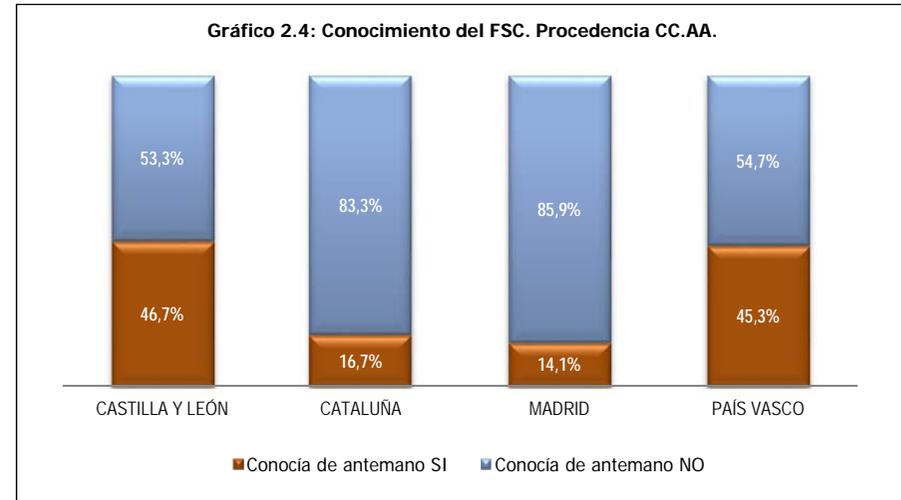
**Gráfico 2.2: Procedencia de los Visitantes por provincias. FSC**



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

Los visitantes encuestados manifiestan en su mayoría (74,3%) no tener información previa sobre el FSC en Burgos. Los turistas que sí conocían el evento obtuvieron principalmente dicha información a través de fuentes personales (un 30% a través de familiares y amigos, y un 28,5% ya había estado antes).

**Gráfico 2.4: Conocimiento del FSC. Procedencia CC.AA.**



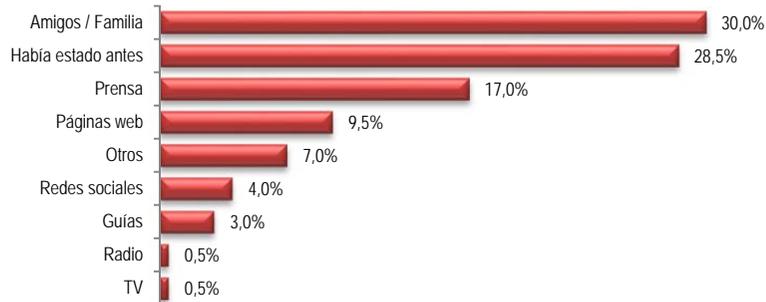
Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

El estudio de este mismo aspecto pero focalizado en las CC.AA. que más visitantes aportaron al FSC (gráfico 2.4) pone de manifiesto, por un lado, el gran desconocimiento de este evento en las comunidades de Madrid y Cataluña (en torno al 85% de los turistas) y, sin embargo, el conocimiento que del mismo reflejan algo más de la mitad (en torno al 55%) de los turistas de la propia región y de la comunidad vecina del País Vasco.

## VISITA

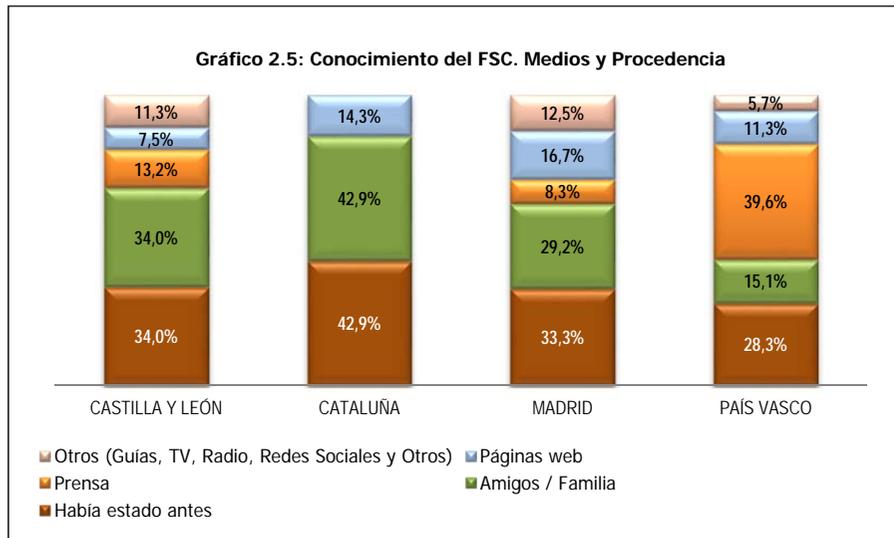
¿Conocía de antemano que este fin de semana coincide con el Fin de Semana Cidiano en Burgos? *N=800 (99,9%)* (74,3%) No y (25,8%) Si

**Gráfico 2.3: Conocimiento del FSC. General**



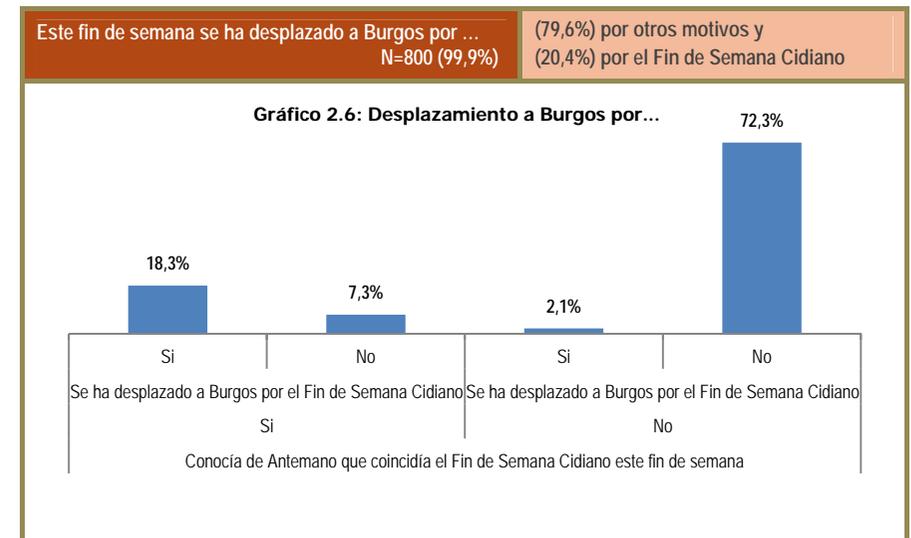
Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.





Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

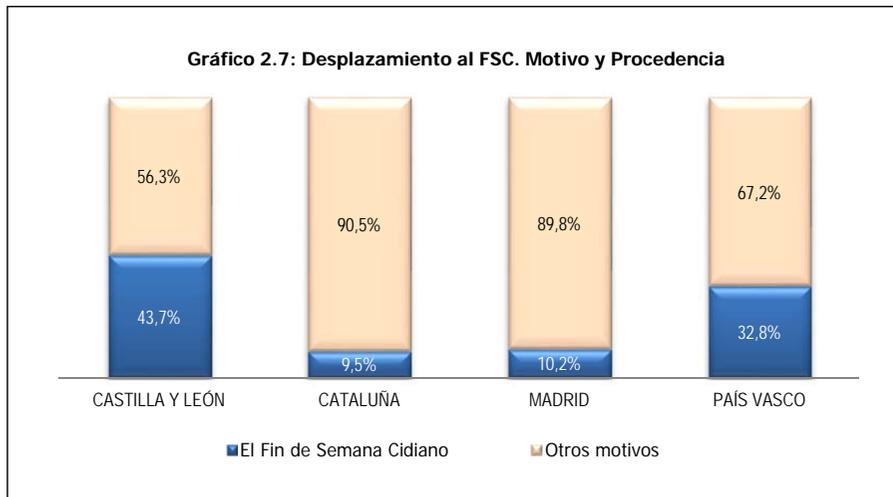
Por otro lado, y en relación a las principales fuentes utilizadas por los visitantes que sí disponían de información previa, el estudio por CCAA (gráfico 2.5) vuelve a reflejar para Castilla y León, Cataluña y Madrid el mismo resultado que en el estudio global: destacan por mayoría la experiencia propia y la familia y amigos. No obstante, merece la atención el resultado correspondiente al País Vasco, cuyos turistas han manifestado en un 40% haberse informado del FSC a través de la prensa. Las páginas web y otras fuentes de información como redes sociales, radio, TV, guías, etc. se presentan aún como minoritarios en estos colectivos estudiados (con más usuarios en las comunidades de Madrid y Cataluña).



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

El análisis del motivo del viaje permite comprobar que los visitantes madrileños y catalanes han pasado el fin de semana en Burgos por otros motivos distintos al FSC, mayoritariamente (en torno al 60%) para hacer turismo. Sólo el 10% de estos turistas manifiestan como motivo el FSC. Son los castellano-leoneses y los vascos los que más acuden a nuestra ciudad motivados por el FSC, aunque sigue siendo la realización de turismo su principal objetivo, pero en porcentajes sensiblemente menores que en las otras dos CC.AA. (gráficos 2.7, 2.8 y 2.9).





Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

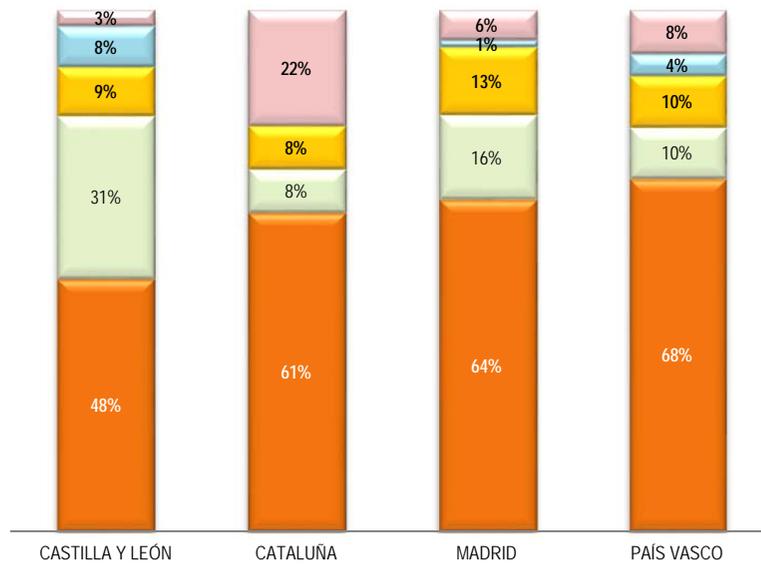


Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

Sobre los motivos por los que los visitantes realizaron su viaje este fin de semana se debe destacar que el principal motivo cuando lo organizaron fue para realizar turismo (63,6%), es decir, una actividad programada de visitar Burgos (capital y /o provincia). Este motivo es el principal cuando el análisis se hace por CC.AA., existiendo diferencias de carácter cuantitativo. En cuanto al segundo motivo, es la visita a familiares/amigos (16,6%). Esta clasificación no se corresponde cuando el análisis se hace por CC.AA. Así la visita a familiares/amigos es el segundo motivo para los visitantes de Castilla y León, Madrid y País Vasco. Para los visitantes de Cataluña un 22% señala que los motivos fueron "otros" (casualidad, descanso, salud).



**Gráfico 2.9: Motivos de su estancia en Burgos y procedencia**



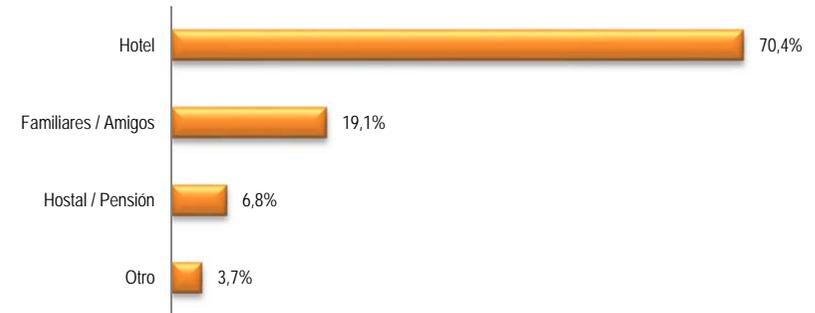
- OTROS ( De paso, Casualidad, Descanso y Salud)
- EVENTO LABORAL, ESTUDIOS, CONGRESO, ...
- EVENTOS CULTURALES, DEPORTIVOS, CONCENTRACIONES, EXPOSICIONES
- FAMILIARES / AMIGOS / PERSONALES
- TURISMO (Visita, Conocer Ciudad, Conocer Monumentos, Visitar Atapuerca, Camino Cid, Camino Santiago, Escapada, Vacaciones, Viaje Organizado, ...)

Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.



¿Se ha alojado en Burgos ciudad?	N=797 (99,5%)	(71,5%) Si y (28,5%) No
Su estancia en la ciudad de Burgos ha sido de...	N=760 (94,9%)	(40,9%) 2 días, (32,6%) 1 día y (19,3%) 3 días

**Gráfico 2.10: Alojamiento en el FSC y estancia en Burgos**



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

Un aspecto importante considerado en este estudio es el relacionado con las pernотaciones de los turistas. En este sentido, destacar que el 71,5% de los encuestados confirmaron alojarse en establecimientos hoteleros de Burgos, mayoritariamente en hoteles (70,4%) y realizando una estancia de no más de dos días (73,5%). El análisis desagregado por regiones arroja unos resultados similares en las cuatro CCAA seleccionadas, destacando el lógico aumento del porcentaje de visitantes que utilizan las casas de familiares y/o amigos para pasar el fin de semana entre los castellano leoneses.



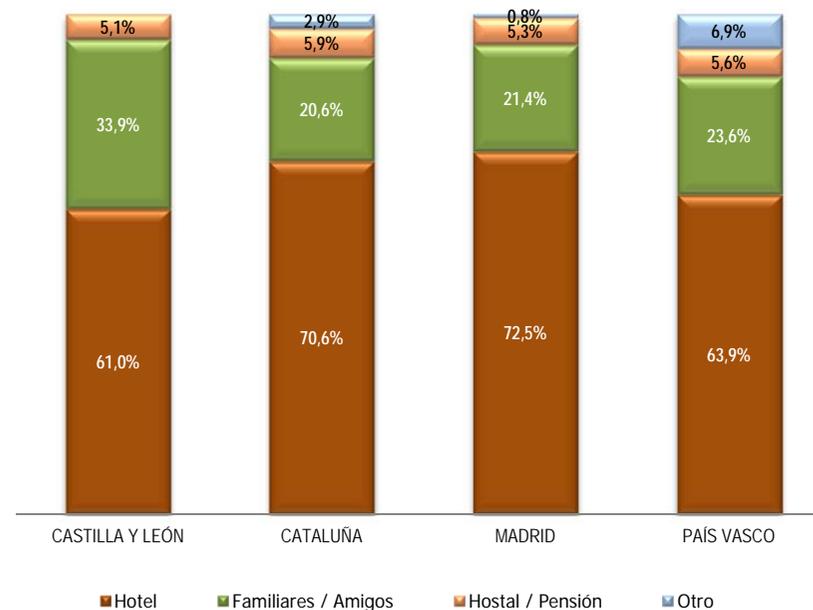
**Tabla 2.1: Días de estancia en Burgos por procedencia**

Comunidad Autónoma	Número de días				TOTAL
	1	2	3	4 ó más	
Andalucía	12	8	6	8	34
Aragón	2	13	5	1	21
Asturias	3	12	8	3	26
Canarias	1	0	0	4	5
Cantabria	13	10	2	1	26
Castilla La Mancha	7	14	7	0	28
Castilla y León	63	35	18	0	116
Cataluña	9	11	8	11	39
Comunidad Valenciana	8	11	2	1	22
Extremadura	2	5	1	1	9
Galicia	2	6	3	1	12
Islas Baleares	1	0	5	2	8
Madrid	35	87	40	1	163
Murcia	3	2	2	1	8
Navarra	6	14	1	0	21
País Vasco	37	49	20	6	112
La Rioja	10	4	4	2	20
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>281</b>	<b>132</b>	<b>43</b>	<b>670</b>

Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB



**Gráfico 2.11: Alojamiento en el FSC por procedencia**



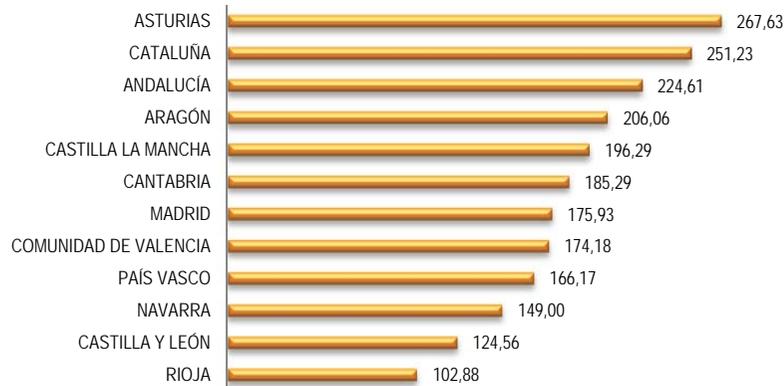
Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.



¿Cuánto se piensa gastar en el fin de semana, incluyendo transporte en la ciudad y alojamiento?  
N=586 (73,2%)

185,43€ de media

**Gráfico 2.12: Gasto en Euros de los visitantes al FSC por procedencia**

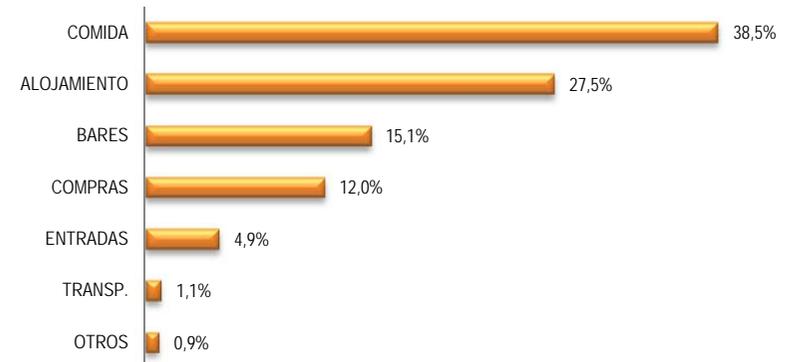


Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB. (sólo se han incluido aquellas CCAA con más de 10 encuestados)

Otro aspecto importante es el relacionado con el gasto medio por fin de semana y por turista, que en el FSC de Burgos se sitúa en 185,43 euros. El análisis por regiones refleja diferencias sensibles: así, Asturias y La Rioja destacan como las CCAA con mayor y menor gasto medio (267,63 euros y 102,88 euros, respectivamente). En esta diferencia puede estar presente un factor logístico como es la distancia geográfica.



**Gráfico 2.13: Distribución del gasto en % en el FSC**



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

La distribución de este gasto entre los diferentes conceptos considerados refleja que el 66% está destinado a la comida y al alojamiento, porcentaje que se mantiene prácticamente inalterado en el estudio desagrado por las 4 principales CCAA.

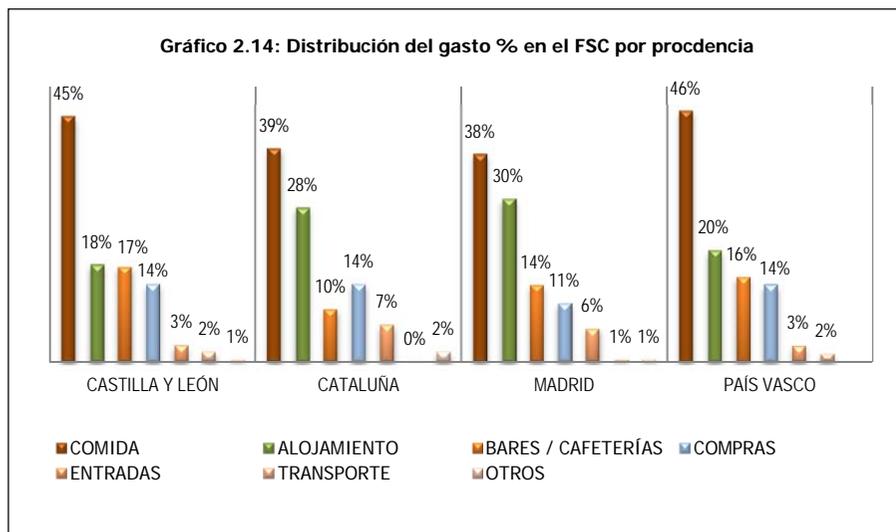
Indique su grado de satisfacción con su visita

Media: 8,38 – Desviación Típica: 1,116

¿Recomendaría a familiares y amigos la visita al Fin de Semana Cidiano?

N=728 (90,9%)

(98,5%) Sí y (1,5%) No



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

Para finalizar este estudio destacar la alta valoración de los turistas del FSC de Burgos, otorgando una nota media de 8,38 cuando se les ha preguntado por su grado de satisfacción global con la visita. Dato que queda corroborado con el alto porcentaje de visitantes que recomendaría a familiares y a amigos el FSC, un 98,5%.

A continuación se presentan las transcripciones literales recogidas en los cuestionarios respondidos por los turistas en relación con los aspectos a mejorar relacionados con esta actividad, así como algunas ideas que facilitarían alargar su estancia en Burgos.



<b>FIN DE SEMANA CIDIANO 2014</b>	
<b>PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR</b>	
<b>ENTRETENIMIENTO FSC</b>	<b>55</b>
Mayor ambientación y actuaciones	13
Más actividades infantiles	10
teatro para mayores	8
Más actividades para mayores de 12 años	5
Mayor dispersión de las actividades	5
Más puestos en el mercado	3
Más altavoces en actos	2
Mejor cabalgata	2
Más trenes turísticos	2
Mejorar disfraces, poco creíbles	2
Mercado medieval más grande	1
Más actividades en sitios resguardados	1
Reducir descanso entre actos	1
<b>APARCAMIENTO</b>	<b>66</b>
Dificultad para aparcar	39
Más oferta de aparcamientos gratuitos	14
Mejor señalización de los parkings	10
Malos aparcamientos en los hoteles	2
Menos zona azul	1
<b>BAÑOS PÚBLICOS</b>	<b>22</b>
Ausencia	19
Mal señalizados	3

FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR	
<b>TRANSPORTE</b>	<b>28</b>
Autobuses llenos, más autobuses.	9
Mala circulación.	7
Más información sobre líneas urbanas.	4
Más taxis.	3
No hay reservados para minusválidos.	3
Tarifas de taxi.	1
Mala comunicación con Renfe, el castillo y provincia.	1
<b>SEÑALIZACIÓN</b>	<b>40</b>
Más mapas e información histórica.	20
Calles y carreteras mal señalizadas.	17
Mejorar señalización del carril bici.	2
Indicaciones de Camino de Santiago.	1
<b>HOTELES</b>	<b>5</b>
Dificultad para encontrarlos.	3
Descontentos con servicio.	1
Mucho ruido en alrededores.	1
<b>PROMOCION E INFORMACIÓN</b>	<b>125</b>
Más publicidad sobre el evento.	74
Poca información sobre la ciudad.	40
Más folletos informativos.	9
Darse a conocer en los medios de comunicación.	2

FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR	
<b>OFICINAS DE TURISMO</b>	<b>20</b>
Dificultad para encontrarla.	11
Mal señalizadas.	5
Mejorar horario.	3
Más mapas.	1
<b>PUNTOS DE INTERÉS Y MONUMENTOS</b>	<b>14</b>
Poca iluminación.	5
La Huelgas y la Catedral poco tiempo abiertos durante el sábado.	4
Accesos a minusválidos Catedral.	2
MEH poco contenido.	2
Entrar en la misa de la Catedral.	1
<b>PRECIOS</b>	<b>46</b>
Bajar precio Catedral.	20
Ciudad cara.	13
Bajar precio hoteles.	6
Comida cara.	5
Feria cara.	2



FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR	
<b>ORGANIZACIÓN DE LA CIUDAD</b>	<b>41</b>
Aglomeraciones y masificación.	13
Suciedad y más papeleras.	11
Dispersión de los eventos.	7
Mejor organización.	5
Más seguridad.	2
Mal olor en el río.	1
Realizar más fines de semana temáticos.	1
Más zona comercial.	1
<b>RESTAURANTES Y BARES</b>	<b>16</b>
Más oferta de comida.	4
Más capacidad.	4
Repartir más tapas típicas gratis.	4
Comidas adaptadas a extranjeros y niños.	2
Poco ambiente/más bares de fiesta.	2



FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES DEMANDAS PARA ALARGAR LA ESTANCIA	
<b>ENTRETENIMIENTO</b>	<b>83</b>
Más actividades y eventos para mayores y niños durante todo el día.	47
Más actividades para jóvenes: conciertos, festivales y eventos nocturnos.	24
Oferta cultural, museos, exposiciones.	12
<b>GASTRONOMÍA</b>	<b>7</b>
Hostelería más variada y con mejores horarios.	6
Cursos de Gastronomía.	1
<b>SERVICIOS A LOS TURISTAS</b>	<b>39</b>
Tours de día completo por Burgos.	8
Más visitas guiadas.	6
Tours por los pueblos de alrededor.	5
Más zonas comerciales.	5
Viaje programado más largo por la organización.	5
Que se alargue la celebración más días.	4
Más ofertas turísticas.	3
Rutas teatralizadas.	2
Lugares para mascotas.	1

FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
<b>PRINCIPALES DEMANDAS PARA ALARGAR LA ESTANCIA</b>	
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>5</b>
Más plazas de aparcamiento.	5
<b>PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</b>	<b>64</b>
Más publicidad.	49
Más información.	12
Fomentar el MEH.	3
<b>PRECIOS</b>	<b>13</b>
Ciudad en general.	6
De Museos.	4
Bajar precios de hoteles.	3
<b>RELACIONADOS CON ASPECTOS A MEJORAR:</b>	<b>30</b>
Más degustaciones y tapas gratis.	9
Mejores señales, comunicaciones y transporte.	8
Más limpieza.	5
Baños públicos.	3
Horario de oficina de turismo.	3
Asientos en las actividades.	1
Señalización de parking.	1

### 3. Encuesta a Establecimientos Hoteleros y de Restauración

En este apartado se recogen los resultados de las encuestas telefónicas realizadas a los responsables de establecimientos hoteleros y restauración del centro de la ciudad que tenían por objeto determinar la variación del volumen de actividad y empleo en el fin de semana 4 y 5 de octubre de 2014, en los establecimientos hoteleros y de restauración, respecto al fin de semana 27-28 de septiembre de 2014; así como los aspectos relacionados con las ofertas específicas de estos establecimientos y las posibles mejoras que podrían introducirse en esta actividad.

#### FICHA TÉCNICA

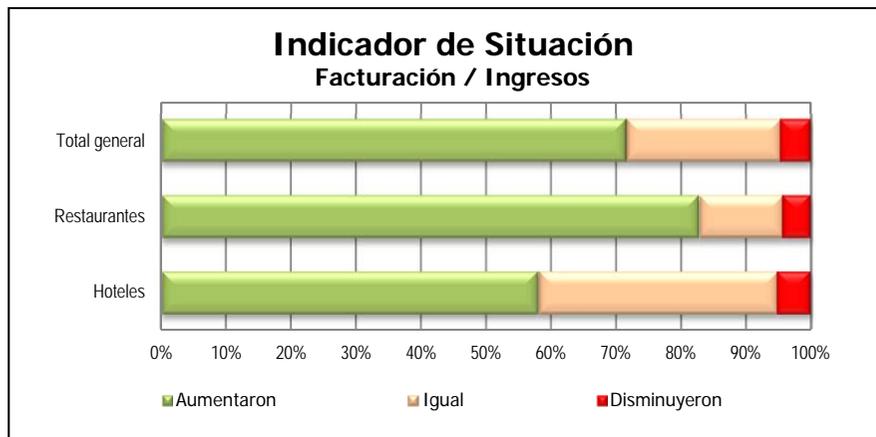
Fecha de realización	6 y 7 de Octubre de 2014.
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos.
Metodología	Encuesta telefónica a hoteles y restaurantes colaboradores.
Muestra	19 Hoteles y 23 Restaurantes.

#### RESULTADOS

##### Facturación / Ingresos

El Indicador de situación que hace referencia a la facturación y los ingresos relativos sobre la Confianza Empresarial del sector Turístico con el Fin de Semana Cidiano presenta signos altamente positivos (+66,67%), siendo mayor en establecimientos de restauración (+78,26%) que en establecimientos hoteleros (+52,63%).





Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

En referencia al porcentaje de aumento o disminución de la facturación durante este Fin de Semana Cidiano, de manera general se concluye que en media el porcentaje de aumento indicado es de 17,77% mientras que el porcentaje de disminución es del 5,00%. Por tipo de establecimiento cabe destacar como mientras ningún establecimiento de restauración indica porcentaje de disminución y una media del 21,38% de aumento, en establecimientos de alojamiento se percibe una media de 12% de aumento y de 5% de disminución.

### Contratación de nuevos empleados

El Indicador de situación referente a la contratación de nuevos empleados relativos a la Confianza Empresarial del sector Turístico con el Fin de Semana Cidiano presenta valores de contratación positivos similares en establecimientos hoteleros y de restauración (26,3% y 26,1%, respectivamente).



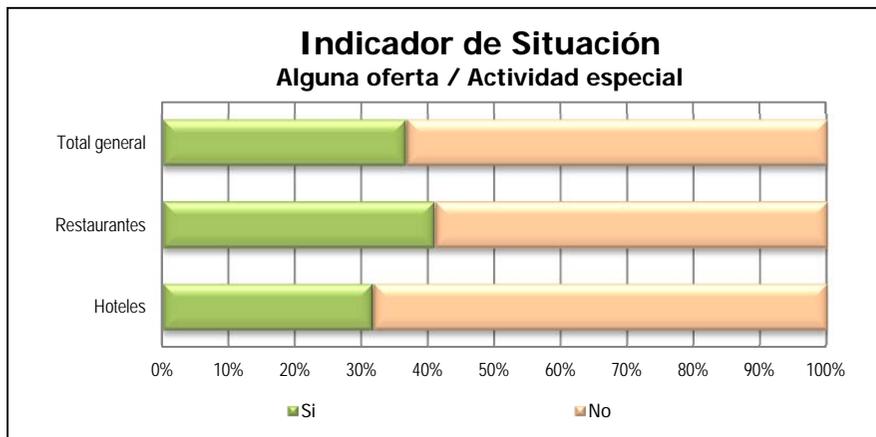
Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

El número medio de empleados contratados tanto en hoteles como en restaurantes es de 2, siendo el mínimo 1 y el máximo 4.

### Ofertas y actividades especiales

El Indicador de situación referente a la recepción de alguna oferta / actividad especial sobre la Confianza Empresarial del sector Turístico con el Fin de Semana Cidiano presenta variedad y diferencias, de manera general un 37% del total de los establecimientos han realizado alguna oferta o actividad especial, un 31,6% de los hoteles y un 40,9% de los restaurantes.





Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

Las ofertas y actividades especiales son en 11 establecimientos el menú cidiano con una satisfacción media de 3,82 sobre 5 y un grado de ocupación medio de 3,46 sobre 5; en 5 establecimientos un menú medieval con una satisfacción media de 5 sobre 5 y un grado de ocupación de 4,2 sobre 5. Los establecimientos también ha realizado otras ofertas o actividades como son: 10% de descuento, ceder habitaciones para el evento, Menú, Pincho cidiano, Pincho de lechazo y Pincho especial cidiano.

#### Aspectos a mejorar

El 57,14% de los encuestados señala algún aspecto a mejorar en el Fin de Semana Cidiano. Sobre el total de encuestados se destaca que un 31% de los mismos indica la realización de más acciones de promoción e información tanto externa como interna, un 19% indica mejoras en actividades y zonas, como por ejemplo, las actividades del viernes y del domingo por la noche así como las zonas de desarrollo del Fin de Semana Cidiano.

Con menos del 10%, se expresan acciones de mejora en el aumento financiación pública (9,5%), fechas de realización en épocas con menos ocupación

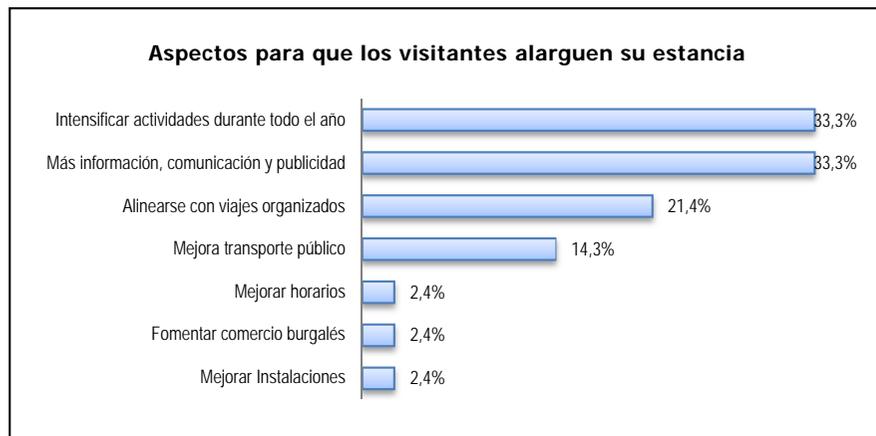
(4,8%), aumento de los precios (4,8%) y una mayor implicación en general (2,4%).



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

#### ¿Qué se podría hacer para que los visitantes alargaran su estancia?

El 76,19% de los encuestados señala algún aspecto que se podría realizar para que los visitantes alargaran su estancia en Burgos. Sobre el total de encuestados los aspectos que mayoritariamente se indican para que los visitantes puedan alargar su estancia en Burgos son: intensificación de actividades mediante una programación anual (33%), realizar una mayor información, comunicación y publicidad de la ciudad y sus encantos tanto externa como in situ (33%), establecer acuerdos con operadores de viajes organizados (21%) y mejorar el transporte público (14%). Con menores porcentajes se indican otras acciones que también puedan ayudar para alargar la estancias de los visitantes como son: mejora los horarios, fomentar el comercio burgalés y mejorar las instalaciones entre otros.



Fuente: Encuesta de Percepción Fin de Semana Cidiano. OTB.

### Otros comentarios generales

El 47,62% de los encuestados indica alguna otra observación motu proprio, sin estar presente en la encuesta actual este apartado. Las observaciones recogidas se pueden agrupar en dos aspectos positivos: Alta satisfacción (33,3%) y Buenos beneficios económicos de los establecimientos (21,4%), mientras que un 9,5% de las observaciones hacen referencia a aspectos menos positivos del Fin de Semana Cidiano, como son la rentabilidad de organizar menú específico y la baja ocupación del viernes y domingo.



FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR	
Hoteles Colaboradores	
	<b>14</b>
Más publicidad y promoción de antemano a nivel nacional	7
Financiación por parte de la Administración	3
Disminución de los precios	1
Aumentar la información sobre las actividades	1
Más actividades para jóvenes	1
Mayor oferta	1

FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES DEMANDAS PARA ALARGAR LA ESTANCIA	
Hoteles Colaboradores	
	<b>18</b>
Promoción y publicidad sobre la fiesta y actividades	7
Más actividades	3
Consolidar el destino y proporcionar más información a las personas que gestionan los viajes que le permita conocer la oferta de puntos de interés y de actividades	2
Ampliar la duración de las jornadas	2
Viajes organizados relacionados con puntos de interés de la provincia	2
Seguir realizando actos como cuando era capital gastronómica	1
Analizar la posibilidad de cambiar de fechas, temporada baja (febrero marzo) pues la ocupación hotelera todavía es alta en estas fechas	1

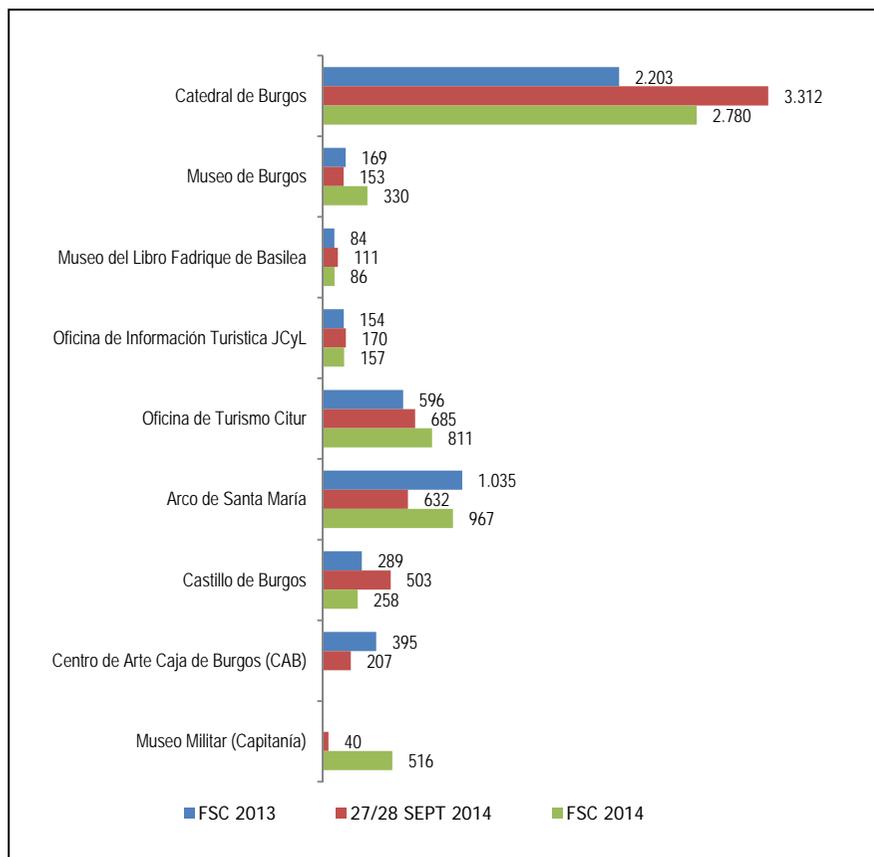
FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR	
Restaurantes Colaboradores	
	<b>9</b>
Publicidad (focalizar en País Vasco y Madrid) (folletos que se puedan repartir entre los turistas)	3
Más actividades el viernes	2
Más actividades el domingo y ampliar las zonas de Burgos donde se realicen actividades y algunas en sitios más amplios que permitan la acogida de más espectadores	1
Incrementar la implicación de los diferentes colectivos para hacer más cosas	1
Financiación de la Administración	1
Buscar que El FSC tenga una repercusión en los medios de comunicación, principalmente televisión si fuese posible en los telediarios	1

FIN DE SEMANA CIDIANO 2014	
PRINCIPALES DEMANDAS PARA ALARGAR LA ESTANCIA	
Restaurantes Colaboradores	
	<b>17</b>
Más publicidad y promoción (fuera de Burgos) a través de varios medios	4
Mejor transporte tanto para llegar como para desplazarse por la ciudad (que permita acercarse a la Cartuja y las Huelgas)	4
Mayor número de actividades para aumentar la oferta y que las existentes duren más para ampliar la estancia	4
Organizar paquetes turísticos integrados entre ciudad y provincia y entre provincia y ciudad y visitas guiadas	3
Ampliar la oferta, por ejemplo que incluya: Ruta del vino y Ruta de la trufa	1
Incrementar los contactos con tour operadores para que incluyan a Burgos en sus rutas turísticas	1



## 4. Visitantes en Museos y Monumentos

En este apartado se presenta la información que ha podido ser recabada sobre el número de visitantes registrados en oficinas de turismo, museos y monumentos en el Fin de Semana Cidiano 2013 y 2014 así como los registrados en el fin de semana anterior, 27 y 28 de septiembre de 2014.



## 5. Conclusiones

1. Alto **grado de satisfacción** mostrada por los **visitantes** (8,38 sobre 10) y lo recomendarían a sus amigos y familiares en un 98,5%.

2. Elevado **grado de satisfacción** mostrado por los **responsables de los establecimientos hoteleros y de restauración**.

3. **Incremento en los ingresos** en los hoteles (alta ocupación) y restaurantes que se tradujo en un incremento del empleo en muchos de estos establecimientos.

4. **Incremento del número de visitantes**, destacando la Catedral, el Museo de Burgos y la Oficina de Turismo (CITUR).

5. Los **visitantes proceden** principalmente de la Comunidad Autónoma de Madrid (22,1%), seguida de la Comunidad Autónoma de Castilla y León (15%) y del País Vasco (14,6%).

6. Sólo el **25,8% de los visitantes conocía previamente la existencia del Fin de Semana Cidiano** y principalmente lo conocían por amigos y familiares así como por haber estado en anteriores ediciones. Destacar que el 45,3% de los visitantes procedentes del País Vasco los conocía de antemano, y de ellos el 39,6% a través de la prensa.

7. La mayoría de **los visitantes ha pernoctado, al menos, una noche** en nuestra ciudad.

8. El **gasto medio por turista en el Fin de Semana Cidiano ha sido de 185 €** siendo las comidas y el alojamiento los principales partidas de gasto.

9. Los **principales aspectos a mejorar** están relacionados con:

- ✓ La realización de actividades en otros puntos de la ciudad.
- ✓ Las dificultades de aparcamiento.

- ✓ La información histórica y los mapas.
- ✓ La publicidad del evento y la información de la ciudad.

10. Para **fomentar el turismo en Burgos**, en opinión de los visitantes y responsables de establecimientos hoteleros y restauración sería conveniente:

- ✓ Incrementar los eventos y actividades similares el Fin de Semana Cidiano y ampliar la duración de los mismos.
- ✓ Incrementar la publicidad principalmente en provincias y comunidades autónomas limítrofes.
- ✓ Incrementar las visitas guiadas por la ciudad y provincia.
- ✓ La repercusión de los eventos en los medios de comunicación a nivel nacional, sobre todo televisión.
- ✓ Aumentar los contactos con los agentes que organizan los viajes para que se incluya Burgos dentro de sus rutas.
- ✓ Analizar la posibilidad de cambiar las fechas de realización del Fin de Semana Cidiano a los meses de febrero o marzo cuando la ocupación hotelera es menor.





***Observatorio de Turismo de la ciudad y la provincia de Burgos***

*Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*

*Universidad de Burgos*

*C/Parralillos, s/n 09001 - BURGOS*

*Tfnos.: 947 258962 y 634 265144*

*E-mail: [otb@ubu.es](mailto:otb@ubu.es)*

