



Observatorio

Provincia de
Burgos

origen y destino

INFORME 2018



UNIVERSIDAD
DE BURGOS



Diputación
de Burgos

OBSERVATORIO
Provincia de Burgos, Origen y Destino

INFORME 2018

Observatorio



OBSERVATORIO *Provincia de Burgos, Origen y Destino*

INFORME 2018

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^a 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

1. Indicadores de la Oferta y la Demanda.....	11
1.1 Indicadores de la Oferta.....	11
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 2018	
1.2 Indicadores de la Demanda.....	22
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	
2. Empleo en Hostelería en Burgos.....	49
3. Visitantes en Puntos de Referencia.....	59
3.1 Visitantes en la Provincia de Burgos. Puntos de Interés. Comarcas.....	59
3.2 Visitantes en la Ciudad de Burgos. Puntos de Interés.....	62
4. Perfil y Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos.....	65
4.1 Análisis del Perfil y Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos.....	65
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 - 2018	
4.1.8 Análisis comparativo por periodos de encuestación 2018	
5. Análisis Comarcal.....	93
5.1 Introducción.....	93
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	
5.2 Análisis Comparativo entre Comarcas de la Provincia.....	142
6. Conclusiones.....	153
Glosario de Términos.....	157

Presentación

Continuamos con la edición de este nuevo Informe de 2018 para dar cobertura al Convenio de Colaboración firmado por la Excelentísima Diputación Provincial de Burgos y la Universidad de Burgos el 24 de abril de 2018 con el fin de desarrollar 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 llevado a cabo durante el año 2018. 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 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 recogido 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, para lo cual se han realizado un total de 1.554 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.

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 tanto nacionales como extranjeros. Se realiza una comparación de los mismos con los obtenidos en Castilla y León y en el conjunto nacional, así como, 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 2015-2018.

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, entre otros.

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 periodos de encuestación (Semana Santa, julio y agosto, así como los proporcionados por las oficinas de turismo de la provincia, puntos de interés y alojamientos rurales), 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.

Finalizamos el informe con las principales conclusiones obtenidas, así como algunas recomendaciones 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 2018, 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.

También se realizan 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. Queremos hacer mención que los datos correspondientes a 2018 en la mayoría de las ocasiones son provisionales, y pendientes de los ajustes que se produzcan en el INE. Por este motivo, en este boletín hemos actualizado los datos disponibles del año 2017 por lo que puede ocurrir, que algunos de ellos sean diferentes a los reflejados en el informe del año 2017 elaborado por este equipo.

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

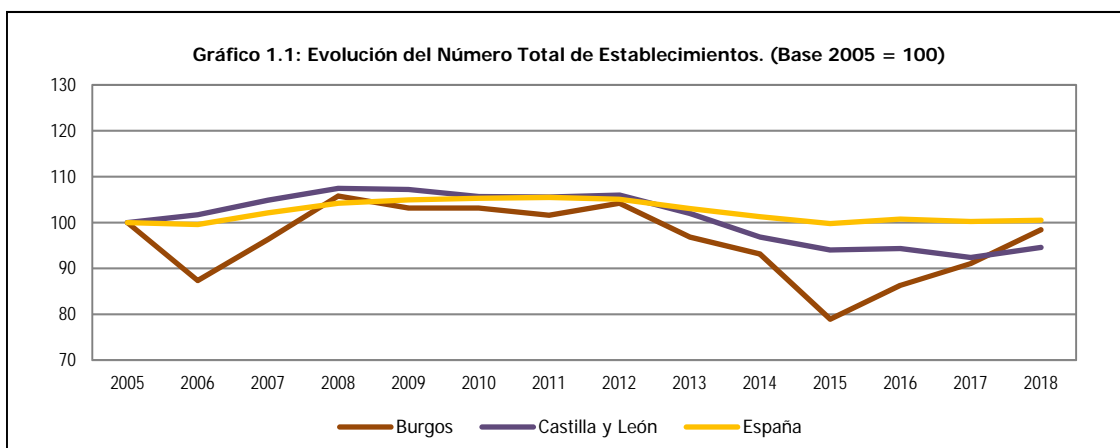
En el año 2018 el **número de establecimientos hoteleros (hoteles y hostales)** en la provincia alcanzó los 187 establecimientos lo que supone un incremento del 8,09% en relación al año 2017, siendo este crecimiento mayor al experimentado en Castilla y León y en el conjunto nacional (tabla 1.1), situación que pone de manifiesto la consolidación de la tendencia creciente en los tres últimos años (gráfico 1.1), aunque todavía no se han recuperado los existentes previos a la crisis.

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	173	1.141	12.444
Diciembre 2018	187	1.168	12.477
Variación 2017-2018	8,09%	2,37%	0,27%
Variación 2012-2018	-5,56%	-10,77%	-4,35%

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.

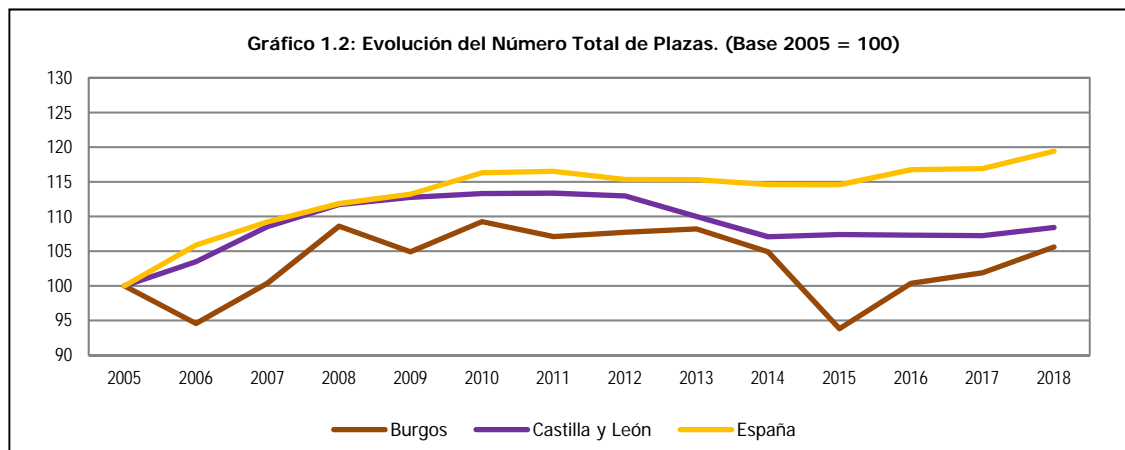
El incremento de la oferta hotelera en 2018 se ve también reflejado en el incremento del **número de plazas hoteleras** (295) lo que supone un aumento del 3,66% respecto al año 2017 (tabla 1.2).

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	7.954	53.846	1.100.581
Diciembre 2018	8.245	54.432	1.124.258
Variación 2017-2018	3,66%	1,09%	2,15%
Variación 2012-2018	-1,96%	-4,04%	3,53%

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

El **número de plazas hoteleras**, ha experimentado un incremento de un 5,61% 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 ésta es inferior a la observada en Castilla y León y en el conjunto nacional (gráfico 1.2).



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

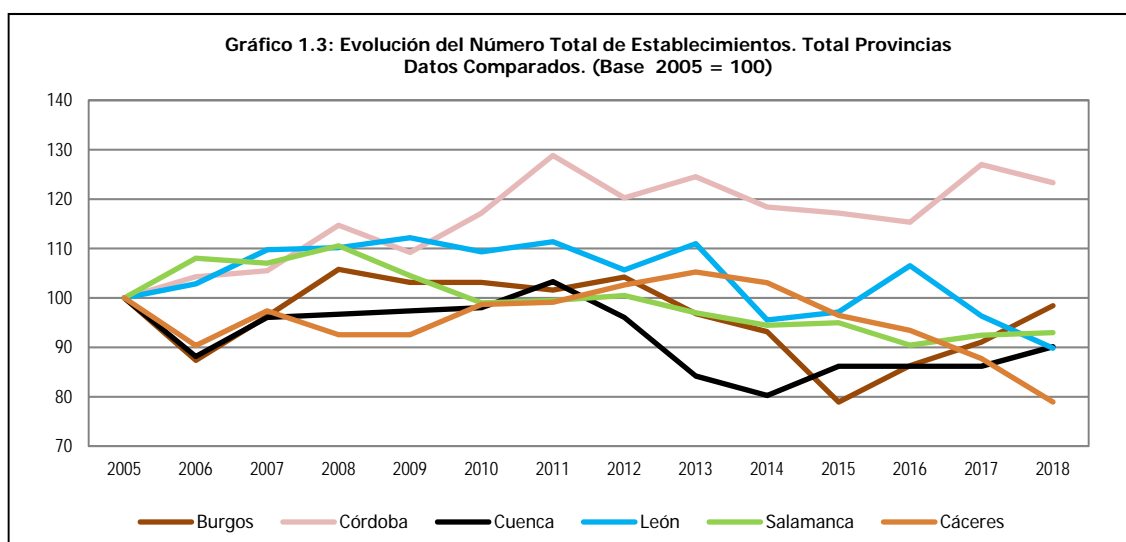
1.1.2 Análisis comparado por provincias

En la tabla 1.3 y en el gráfico 1.3 podemos observar que en las ciudades de Burgos y Cuenca se ha producido en 2018 un aumento en el número total de establecimientos; por el contrario, en Cáceres, Córdoba y León el número total de establecimientos disminuyó, manteniéndose casi constante en Salamanca.

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	173	207	131	237	184	200
Diciembre 2018	187	201	137	221	185	180
Variación 2017-2018	8,09%	-2,90%	4,58%	-6,75%	0,54%	-10,00%
Variación 2012-2018	-5,56%	2,55%	-6,16%	-15,00%	-7,50%	-23,08%

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

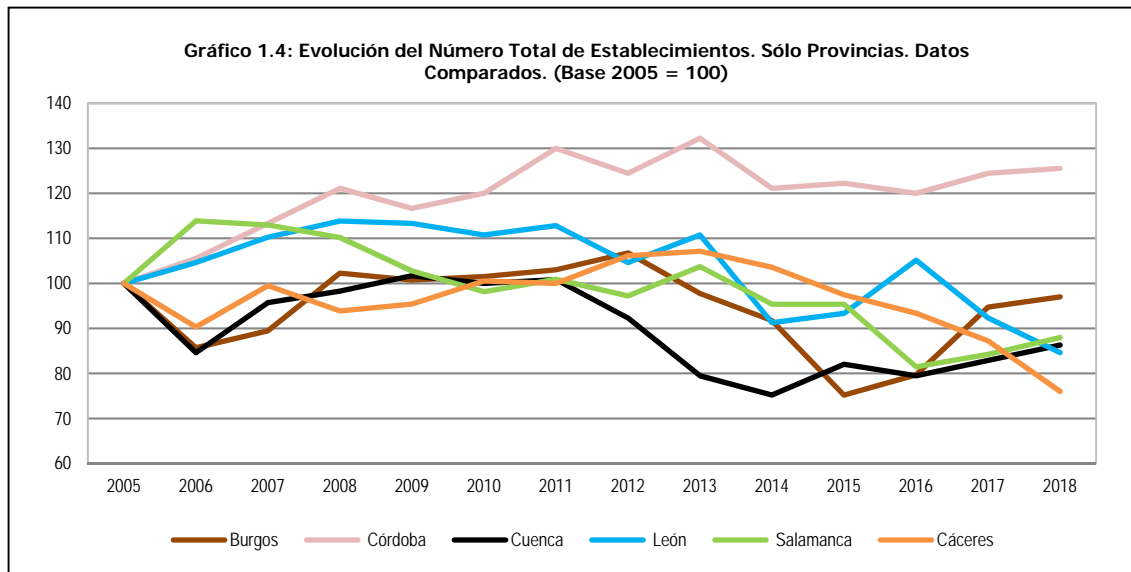


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

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	126	112	97	180	91	171
Diciembre 2018	129	113	101	165	95	149
Variación 2017-2018	2,38%	0,89%	4,12%	-8,33%	4,40%	-12,87%
Variación 2012-2018	-9,15%	0,89%	-6,48%	-19,12%	-9,52%	-28,37%

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

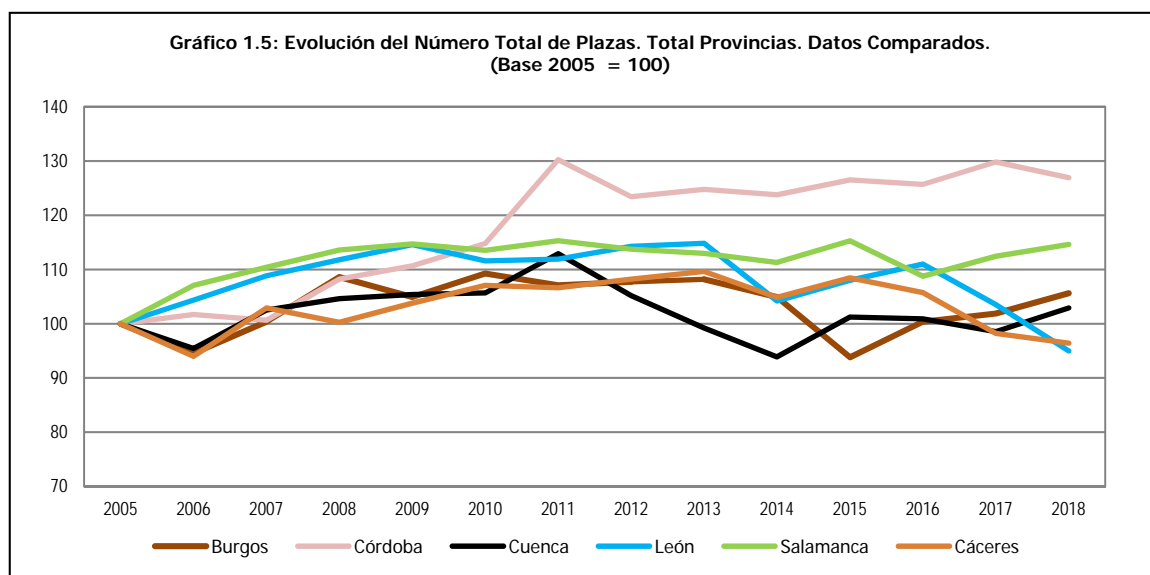


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

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

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	8.410	10.813	5.077	10.492	9.956	9.468
Diciembre 2013	8.447	10.934	4.789	10.543	9.888	9.591
Diciembre 2014	8.191	10.846	4.532	9.568	9.741	9.174
Diciembre 2015	7.324	11.086	4.886	9.918	10.089	9.487
Diciembre 2016	7.835	11.014	4.870	10.190	9.520	9.251
Diciembre 2017	7.954	11.376	4.757	9.505	9.843	8.593
Diciembre 2018	8.245	11.123	4.967	8.721	10.033	8.434
Variación 2017-2018	3,66%	-2,22%	4,41%	-8,25%	1,93%	-1,85%
Variación 2012-2018	-1,96%	2,87%	-2,17%	-16,88%	0,77%	-10,92%

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

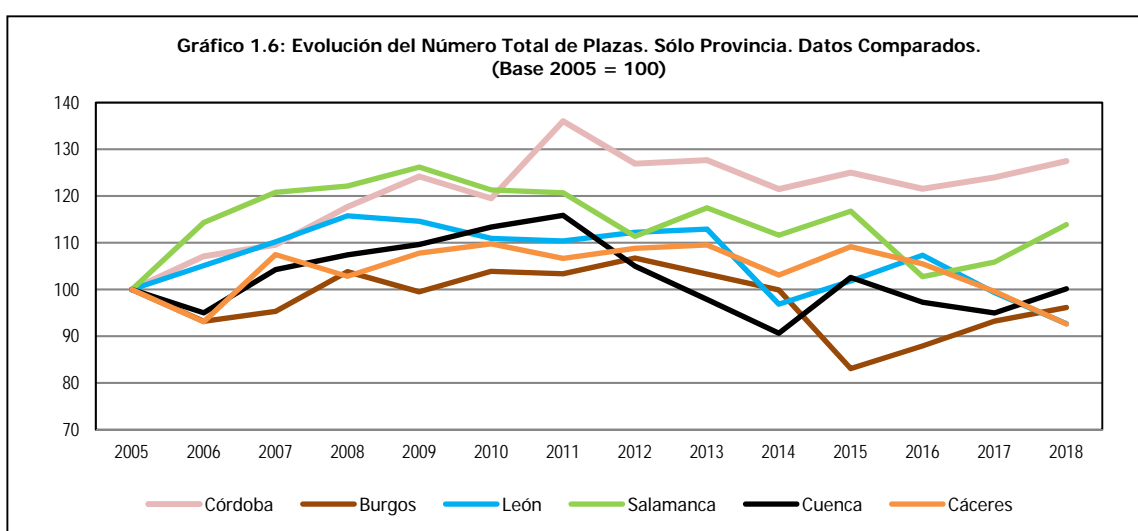


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

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	4.337	4.047	2.770	5.939	4.032	6.457
Diciembre 2018	4.471	4.161	2.920	5.542	4.337	6.004
Variación 2017-2018	3,09%	2,82%	5,42%	-6,68%	7,56%	-7,02%
Variación 2012-2018	-9,93%	0,43%	-4,64%	-17,42%	2,26%	-14,87%

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



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

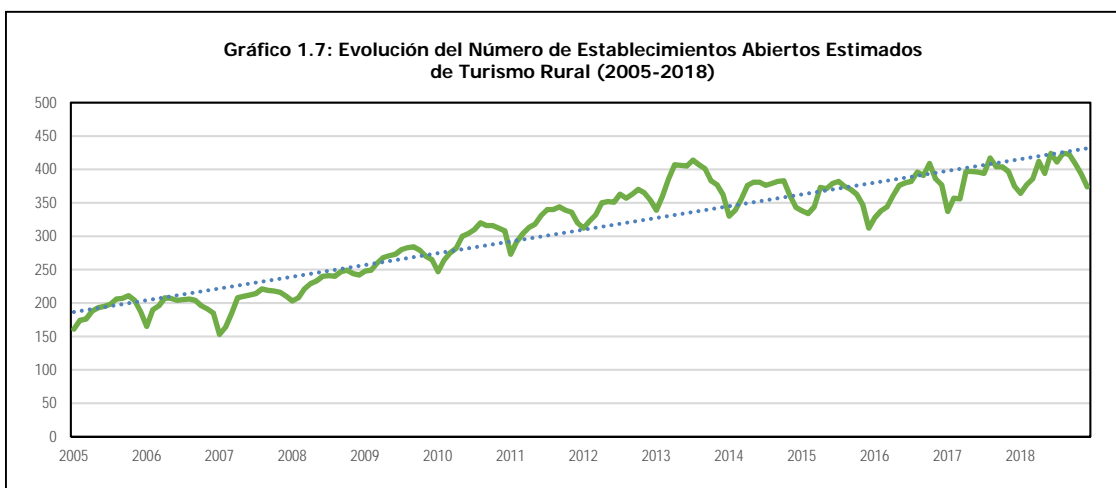
1.1.3 Alojamientos de Turismo Rural

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 2018, el número de establecimientos de turismo rural en la provincia alcanzó los 374 lo que supone una disminución en la oferta rural del -0,27% respecto al año 2017, frente al incremento experimentado en Castilla y León (4,15%), y al observado en el conjunto nacional 1,81%.

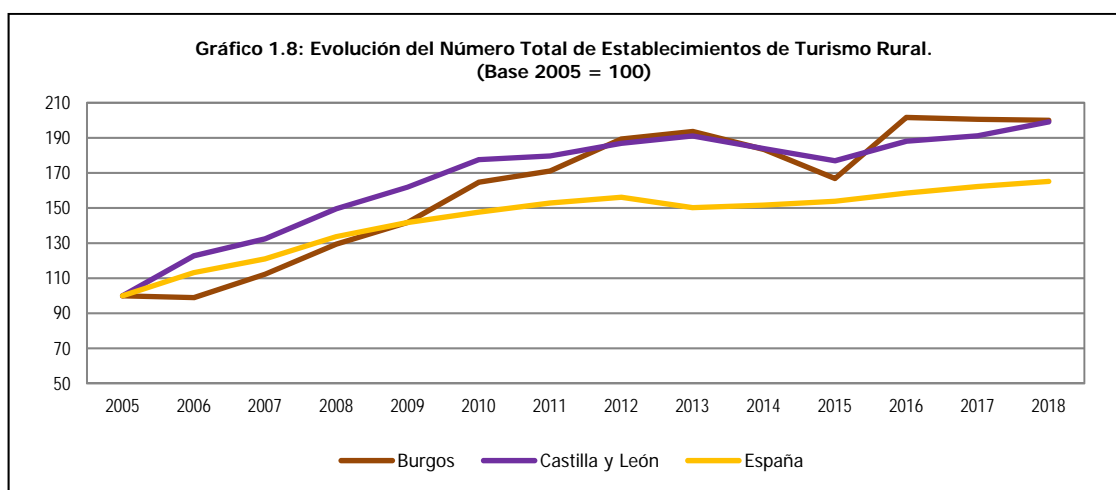
Tabla 1.7: Variación anual del Número Total de Establecimientos de Turismo Rural. (Comparación)

	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	375	3.374	15.709
Diciembre 2018	374	3.514	15.993
Variación 2017-2018	-0,27%	4,15%	1,81%
Variación 2012-2018	5,65%	6,52%	5,79%

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 2018, a niveles de los de Castilla y León y superior al crecimiento observado en España.

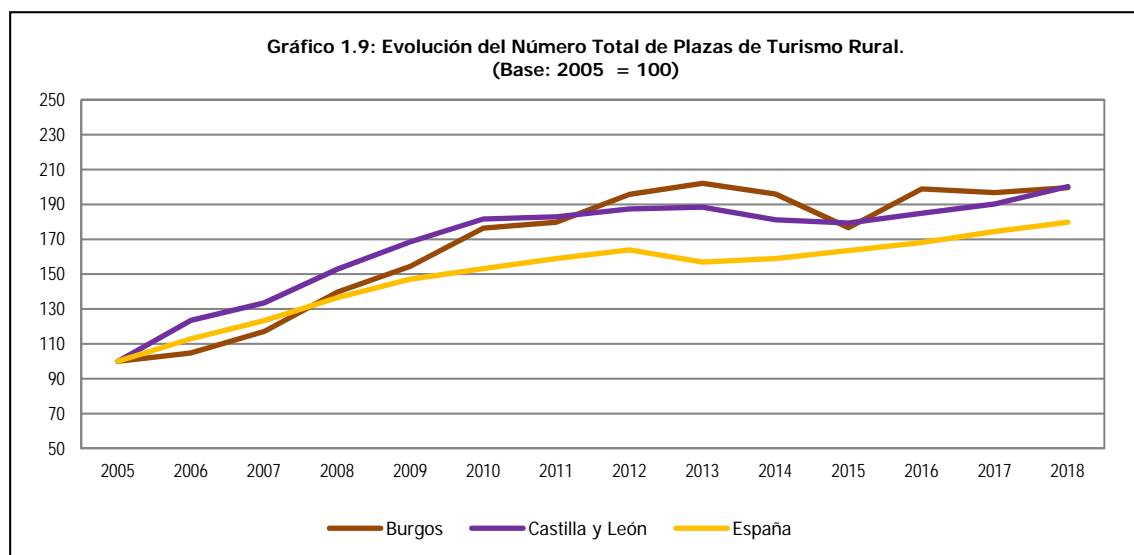
En relación a las plazas ofertadas en turismo rural, en Burgos se observa un ligero aumento del 1,46% en 2018 en relación al año 2017, cifra inferior a las variaciones en Castilla y León y España (tabla 1.8). Si tomamos como año base 2005, se puede apreciar un crecimiento bastante importante de casi 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	3.555	29.341	146.623
Diciembre 2018	3.607	30.385	151.054
Variación 2017-2018	1,46%	3,56%	3,02%
Variación 2012-2018	1,98%	5,10%	9,70%

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

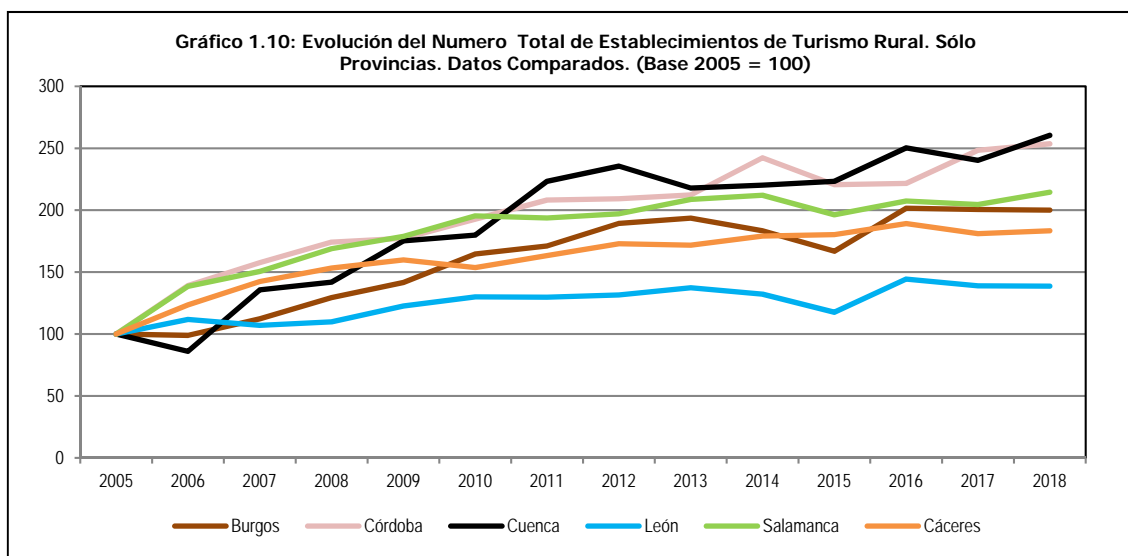


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

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	375	241	310	435	493	469
Diciembre 2018	374	246	336	434	517	475
Variación 2017-2018	-0,27%	2,07%	8,39%	-0,23%	4,87%	1,28%
Variación 2012-2018	5,65%	21,18%	10,53%	5,34%	8,84%	6,03%

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

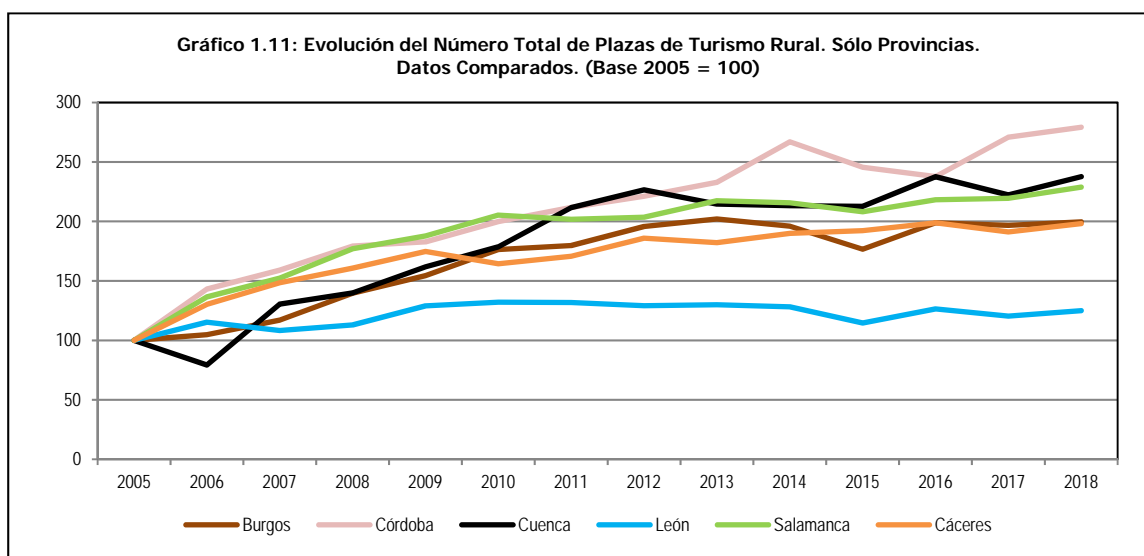


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera de Turismo Rural (EOHTR) y elaboración propia.

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

	Burgos	Córdoba	Cuenca	León	Salamanca	Cáceres
Diciembre 2012	3.537	1.907	3.131	3.550	3.792	5.470
Diciembre 2013	3.651	2.007	2.965	3.573	4.051	5.356
Diciembre 2014	3.541	2.301	2.948	3.527	4.018	5.587
Diciembre 2015	3.193	2.116	2.940	3.151	3.877	5.655
Diciembre 2016	3.594	2.049	3.284	3.478	4.065	5.848
Diciembre 2017	3.555	2.335	3.071	3.312	4.089	5.622
Diciembre 2018	3.607	2.407	3.285	3.438	4.263	5.828
Variación 2017-2018	1,46%	3,08%	6,97%	3,80%	4,26%	3,66%
Variación 2012-2018	1,98%	26,22%	4,92%	-3,15%	12,42%	6,54%

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 2017-2018 en la provincia, se observa una ligera disminución en restauración (-0,13%) y un incremento en el número de cafeterías (3,82%). Estos datos muestran la misma relación con los de la capital, existiendo una pequeña disminución en restauración (-0,44%) y un incremento en cafeterías (3,85%) (tabla 1.11).

Tabla 1.11: Variación anual Oferta de Restauración en Burgos.						
	Restaurantes			Cafeterías		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2012	683	211	472	105	61	44
2013	714	216	498	106	62	44
2014	732	216	516	113	65	48
2015	741	219	522	120	71	49
2016	760	228	532	127	79	48
2017	767	229	538	131	78	53
2018	766	228	538	136	81	55
Variación 2017-2018	-0,13%	-0,44%	0,00%	3,82%	3,85%	3,77%
Variación 2012-2018	12,15%	8,06%	13,98%	29,52%	32,79%	25,00%

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 2005-2018, se puede apreciar que en estos 13 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 21,3% en la ciudad, pasando de 188 a 228. Por otro lado, en cuanto al número de cafeterías, el incremento en el periodo analizado de la capital ha sido de un 55,77%, frente al 52,78% en la provincia (tabla 1.12).

Tabla 1.12: Evolución Oferta de Restauración Burgos (2005-2018).						
	Restaurantes			Cafeterías		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
2005	583	188	395	88	52	36
2006	609	196	413	88	51	37
2007	628	200	428	89	51	38
2008	643	205	438	94	55	39
2009	666	212	454	96	56	40
2010	690	216	474	96	56	40
2011	677	207	469	101	60	41
2012	683	211	472	105	61	44
2013	714	216	498	106	62	44
2014	732	216	516	113	65	48
2015	741	219	522	120	71	49
2016	760	228	532	127	79	48
2017	767	229	538	131	78	53
2018	766	228	538	136	81	55

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 2018

Los datos de las siguientes tablas (tabla 1.13 (I)), nos permiten observar un estancamiento del sector, desde el punto de vista de la oferta en todas las comarcas en los alojamientos hoteleros hasta el año 2018 y un ligero incremento en restaurantes y cafeterías hasta el año 2017 (tabla 1.13 (III)), aunque se siguen observando elevadas discrepancias con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) (tablas 1.7 y 1.13). En relación con la oferta en 2018 de apartamentos turísticos, campamentos turísticos y albergues sigue siendo la misma que en 2017 (tabla 1.13 (II)).

Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2013-2018. Datos comparados (I)

COMARCAS	Alojamientos Hoteleros							Alojamientos de Turismo Rural						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Arlanza	29	30	30	30	29	29	29	43	38	36	35	40	39	
Bureba Ebro	47	48	47	47	48	49	49	37	36	27	24	32	32	
Amaya - Camino	31	31	32	32	31	30	30	84	78	61	62	70	71	
Sierra de la Demanda	27	28	28	28	27	26	26	77	73	61	67	67	69	
Merindades	35	35	36	34	34	31	31	113	105	74	77	99	102	
Pinares	7	7	7	7	8	9	9	24	20	15	19	22	22	
Ribera del Duero	31	32	33	34	33	34	34	92	85	76	77	84	84	
Ciudad de Burgos	73	73	74	72	74	73	73	0	0	0	0	0	0	
TOTAL GENERAL	280	284	287	284	284	281	281	470	435	350	361	414	419	

Fuente: Servicio de Información Estadística. S.I.E. Junta de Castilla y León y elaboración propia.

Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2013-2018. Datos comparados (II)

COMARCAS	Apartamentos Turísticos							Campamentos Turísticos							Albergues				
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018*	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Arlanza	3	3	3	3	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bureba Ebro	2	2	2	2	0	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	1
Amaya - Camino	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	0	0
Sierra de la Demanda	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0
Merindades	6	6	7	7	4	4	4	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	2	2
Pinares	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1
Ribera del Duero	3	4	4	4	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ciudad de Burgos	2	2	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
TOTAL GENERAL	26	27	28	27	22	22	22	17	17	17	17	17	17	7	7	7	6	5	5

*Datos Provisionales

Fuente: Servicio de Información Estadística. S.I.E. Junta de Castilla y León y elaboración propia.

Tabla 1.13: Datos Oferta Turística en Burgos 2013-2018. Datos comparados (III)

COMARCAS	Restaurantes						Cafeterías					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arlanza	80	80	81	81	80	81	4	4	4	4	4	4
Bureba Ebro	91	93	95	99	103	102	17	20	20	20	21	21
Amaya - Camino	59	61	63	68	68	67	2	2	2	2	3	3
Sierra de la Demanda	58	62	61	60	59	61	0	0	0	0	0	0
Merindades	98	100	100	101	102	101	9	11	12	11	11	11
Pinares	17	16	16	17	18	17	0	0	0	0	2	2
Ribera del Duero	95	104	106	106	108	109	12	11	11	11	12	14
Ciudad de Burgos	216	216	219	228	229	228	62	65	71	79	78	81
TOTAL GENERAL	714	732	741	760	767	766	106	113	120	127	131	136

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, pernотaciones, 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). Al finalizar el mismo, se ofrece alguna información referida a los apartamentos turísticos (tablas 1.31 y 1.32) y a los campings (tablas 1.33 a 1.36).

1.2.1 Establecimientos hoteleros en Burgos

Los datos de la tabla 1.14 muestran la evolución de la demanda durante el periodo 2015-2018, 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 2018 una disminución del -2,14% respecto a los viajeros de 2017 frente al incremento anual del 2,14% que se observó en 2017; en segundo lugar, que este descenso ha sido mayor en la provincia, -4,55%. En términos globales, la demanda en el último año ha disminuido un -3,24% superior al descenso del -0,30% observado en Castilla y León y al incremento del conjunto nacional del 1,7%. Por otro lado, en cuanto a la evolución del número de viajeros en el periodo estudiado (2015-18), en Burgos ciudad el incremento (8,47%) ha sido mayor que el de la provincia (6,20%). Además, se observa como la evolución de Burgos (7,43%) ha sido algo menor que la que ha tenido lugar en Castilla y León (8,31%) y España (12,92%).

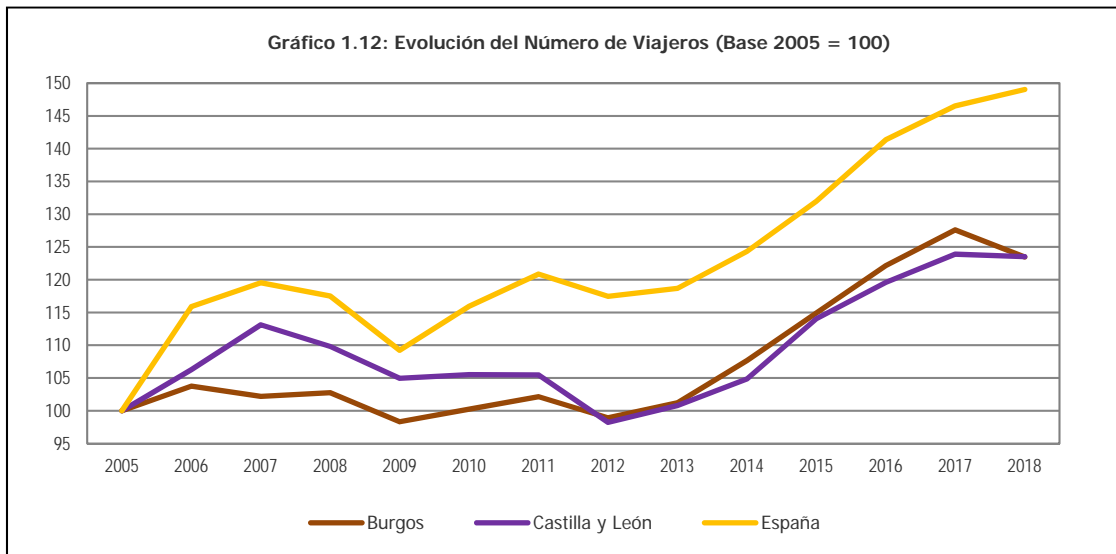
Tabla 1.14: Número de Viajeros 2015–2018. Comparación.

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2015	814.141	442.492	371.649	4.559.683	93.216.968
2016	865.351	480.160	385.191	4.780.760	99.840.032
2017	903.956	490.441	413.515	4.953.637	103.496.999
2018	874.657	479.963	394.694	4938.653	105.259.819
Variación 2017-2018	-3,24%	-2,14%	-4,55%	-0,30%	1,70%
Variación 2015-2018	7,43%	8,47%	6,20%	8,31%	12,92%

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

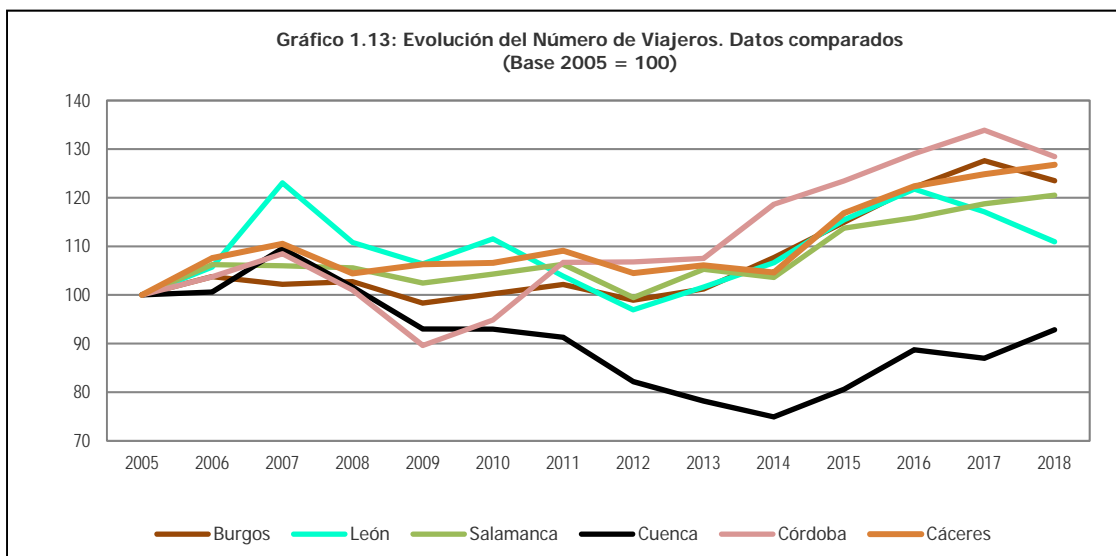
La evolución del número de viajeros, (gráfico 1.12) nos permite comprobar cómo el número de viajeros en términos generales en el año 2018 se encuentra en niveles superiores a los del año base (2005), tanto para Burgos como para Castilla y León y España. Además percibimos una evolución del número de viajeros en Burgos con tendencia creciente consolidada desde el año 2012 con un ligero descenso en este último año; 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 2018.



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 los dos últimos años, y su evolución a lo largo del periodo 2015-2018.

En primer lugar, cabe destacar el descenso experimentado en Burgos en el 2018 en relación con los viajeros de 2017 (29.299 turistas menos), este descenso del -3,24%, ha venido determinado por la menor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros. En segundo lugar, este descenso registrado es superior al registrado en la Comunidad de Castilla y León (-0,30%), tres puntos por debajo, así como, del valor global a nivel nacional (1,70%). Lo contrario de lo ocurrido en el año 2017 donde el crecimiento porcentual fue superior en Burgos (4,46%) que en Castilla y León (3,62%) y que en el conjunto nacional (3,66%).

En tercer lugar, podemos observar que el número de turistas extranjeros ha tenido una evolución positiva durante el periodo 2015-18 en Burgos (12,41%) inferior a la de la comunidad (12,81%) y nacional (18,50%).

Tabla 1.15: Número de Viajeros 2015 – 2018. Comparación.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	536.713	559.229	581.211	562.791	3,93%	-3,17%	4,86%
	Extranjeros	277.428	306.122	322.745	311.866	5,43%	-3,37%	12,41%
	Total	814.141	865.351	903.956	874.657	4,46%	-3,24%	7,43%
Castilla y León	Nacionales	3.519.133	3.669.421	3.772.948	3.764.822	2,82%	-0,22%	6,98%
	Extranjeros	1.040.550	1.111.339	1.180.689	1.173.831	6,24%	-0,58%	12,81%
	Total	4.559.683	4.780.760	4.953.637	4.938.653	3,62%	-0,30%	8,31%
España	Nacionales	47.523.598	49.543.245	50.227.659	51.112.895	1,38%	1,76%	7,55%
	Extranjeros	45.693.370	50.296.787	53.269.340	54.146.924	5,91%	1,65%	18,50%
	Total	93.216.968	99.840.032	103.496.999	105.259.819	3,66%	1,70%	12,92%

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, como hemos comentado, una disminución anual del número de viajeros (-3,24%), en el año 2018, descenso observado también en Córdoba (-4,05%) y León (-5,27%) frente a los aumentos experimentados en Cuenca (6,76%), Cáceres (1,56%) y Salamanca (1,49%).

En relación con la variación de los turistas extranjeros, destaca en el lado positivo los aumentos experimentados en León (10,76%), Cáceres (8,94%) y Cuenca (3,95%). Mientras que los principales descensos se observan en Córdoba (-7,64%) y Burgos (-3,37%).

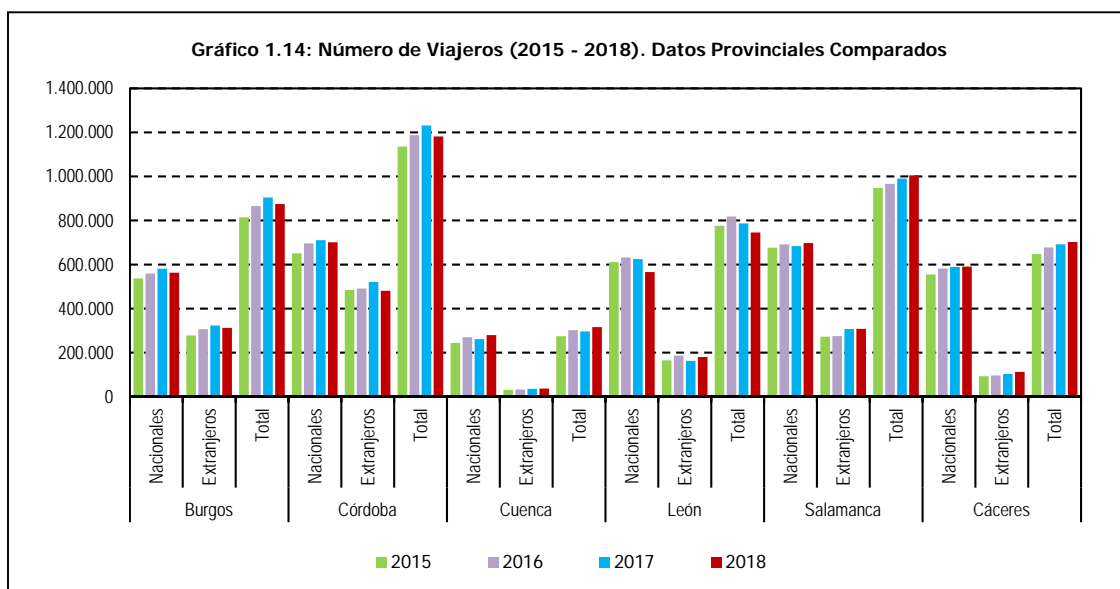
En cuanto a la variación en el número total de viajeros en el año 2018 respecto a los del año 2015, Cuenca ocupa la primera posición experimentando el mayor incremento (15,18%), seguida de Cáceres (8,53%) y a continuación Burgos (7,43%); sin embargo, León mientras tanto presenta un descenso del (-3,91%).



Tabla 1.16: Número de Viajeros 2015 -2018. Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	536.713	559.229	581.211	562.791	3,93%	-3,17%	4,86%
	Extranjeros	277.428	306.122	322.745	311.866	5,43%	-3,37%	12,41%
	Total	814.141	865.351	903.956	874.657	4,46%	-3,24%	7,43%
Córdoba	Nacionales	650.848	696.015	710.551	700.432	2,09%	-1,42%	7,62%
	Extranjeros	484.417	490.894	520.604	480.850	6,05%	-7,64%	-0,74%
	Total	1.135.265	1.186.909	1.231.155	1.181.282	3,73%	-4,05%	4,05%
Cuenca	Nacionales	243.853	269.975	260.792	279.410	-3,40%	7,14%	14,58%
	Extranjeros	30.403	31.948	35.103	36.491	9,88%	3,95%	20,02%
	Total	274.256	301.923	295.895	315.901	-2,00%	6,76%	15,18%
León	Nacionales	610.692	631.809	624.139	565.283	-1,21%	-9,44%	-7,44%
	Extranjeros	164.671	186.000	162.338	179.800	-12,72%	10,76%	9,19%
	Total	775.363	817.809	786.477	745.038	-3,83%	-5,27%	-3,91%
Salamanca	Nacionales	676.212	691.248	683.250	696.860	-1,16%	1,99%	3,05%
	Extranjeros	271.818	274.652	306.533	307.626	11,61%	0,36%	13,17%
	Total	948.030	965.900	989.783	1.004.486	2,47%	1,49%	5,96%
Cáceres	Nacionales	554.711	581.647	588.920	590.532	1,25%	0,27%	6,46%
	Extranjeros	92.344	96.194	102.556	111.723	6,61%	8,94%	20,99%
	Total	647.055	677.841	691.476	702.255	2,01%	1,56%	8,53%

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



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

En los datos de sólo la provincia en 2018 (tabla 1.17 y gráfico 1.15), sin tener en cuenta el número de viajeros de la Encuesta de Ocupación Hotelera en la capital, en Burgos se ha experimentado

una variación anual bastante negativa en el número de viajeros, disminuyendo un -4,55% frente a un aumento del 7,35% observado en 2017. Respecto al resto de las provincias comparadas se han producido descensos en León (-7,91%) y Cáceres (-2,63%) mientras que Cuenca, Salamanca y Córdoba presentan unos incrementos del 11,05%, 6,71% y 1,40% respectivamente (tabla 1.17).

Destacar en 2018 que sólo en Burgos (-6,39%) y Cuenca (-6,51%) se observa una disminución en la variación anual de turistas extranjeros. En el resto de las provincias comparadas se ha producido un incremento de los turistas mencionados (tabla 1.17).

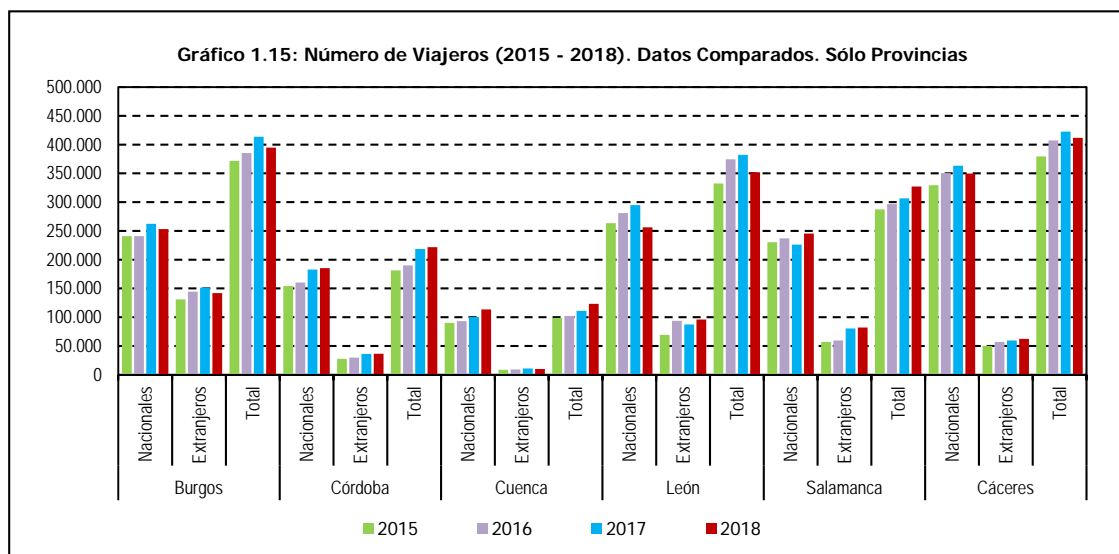
Si comparamos la variación de las provincias en el periodo 2015-18, Cuenca y Córdoba se sitúan nuevamente en la cabeza, seguidas de Salamanca (13,83%) y Cáceres (8,50%). Cabe destacar la posición que ocupa la provincia de Burgos, ya que su variación en el periodo es de 6,20%, una tasa menor que las de las otras provincias, exceptuando León (5,85%) (tabla 1.17).

En este apartado, también merece hacer un breve comentario sobre la disminución del número de viajeros nacionales en la provincia de Burgos, observándose un descenso del -3,49% respecto al 2017, cifra muy negativa teniendo en cuenta que la variación anual en ese año fue del 8,85% (tabla 1.17).

Tabla 1.17: Número de Viajeros (2015 – 2018). Datos Comparados Sólo Provincias.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	240.791	240.868	262.193	253.039	8,85%	-3,49%	5,09%
	Extranjeros	130.858	144.323	151.322	141.655	4,85%	-6,39%	8,25%
	Total	371.649	385.191	413.515	394.694	7,35%	-4,55%	6,20%
Córdoba	Nacionales	153.925	160.182	182.546	185.264	13,96%	1,49%	20,36%
	Extranjeros	27.406	29.737	36.029	36.370	21,16%	0,95%	32,71%
	Total	181.331	189.919	218.575	221.634	15,09%	1,40%	22,33%
Cuenca	Nacionales	90.010	93.055	100.385	113.342	7,88%	12,91%	25,92%
	Extranjeros	8.592	9.016	10.588	9.899	17,44%	-6,51%	15,21%
	Total	98.602	102.071	110.973	123.241	8,72%	11,05%	24,99%
León	Nacionales	263.298	280.744	294.794	256.027	5,00%	-13,15%	-2,76%
	Extranjeros	69.124	93.596	87.298	95.828	-6,73%	9,77%	38,63%
	Total	332.422	374.340	382.092	351.855	2,07%	-7,91%	5,85%
Salamanca	Nacionales	230.354	236.884	226.126	245.161	-4,54%	8,42%	6,43%
	Extranjeros	57.008	59.433	80.383	81.929	35,25%	1,92%	43,71%
	Total	287.362	296.317	306.509	327.090	3,44%	6,71%	13,83%
Cáceres	Nacionales	329.365	350.276	363.191	349.443	3,69%	-3,79%	6,10%
	Extranjeros	49.883	56.844	59.391	62.044	4,48%	4,47%	24,38%
	Total	379.248	407.120	422.582	411.487	3,80%	-2,63%	8,50%

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



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

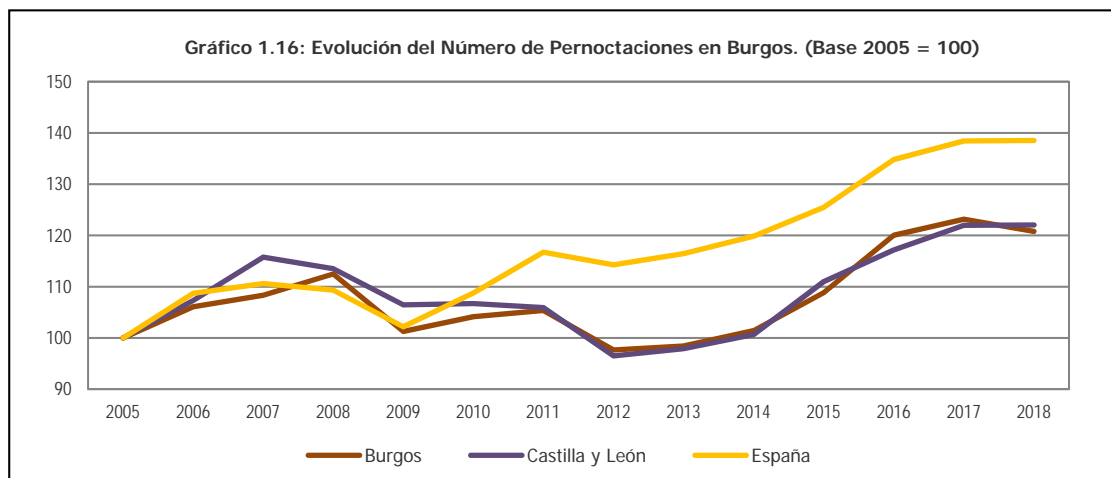
Un análisis de las **pernoctaciones** en los establecimientos hoteleros, nos permite observar cómo se ha producido un descenso del -1,94% en 2018 respecto a 2017 (debido al descenso observado en la ciudad (-2,85%)), manteniéndose todavía un aumento del 10,99% respecto a 2015 en términos globales en Burgos, debido principalmente al incremento en la provincia (15,48%) frente al 7,41% observado en la ciudad. Este hecho ha venido motivado por el descenso de las pernoctaciones en la ciudad y en la provincia. Mientras que en comparación con la evolución de las pernoctaciones en Castilla y León y España vemos que en ambas prácticamente no ha habido variación (tabla 1.18). En cuanto a la variación del número de pernoctaciones en el periodo 2015-2018, Burgos ha experimentado un incremento mayor (10,99%) que el nacional (10,39%) y que en la comunidad (9,93%).

Tabla 1.18: Número de Pernoctaciones 2015–2018. Comparación.

	Burgos			Castilla y León	España
	Total	Ciudad	Provincia		
2015	1.184.178	659.466	524.712	7.441.563	308.235.727
2016	1.306.154	728.087	578.067	7.855.173	331.168.945
2017	1.340.313	729.165	611.148	8.178.049	340.037.165
2018	1.314.324	708.365	605.959	8.180.829	340.251.480
Variación 2017-2018	-1,94%	-2,85%	-0,85%	0,03%	0,06%
Variación 2015-2018	10,99%	7,41%	15,48%	9,93%	10,39%

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





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

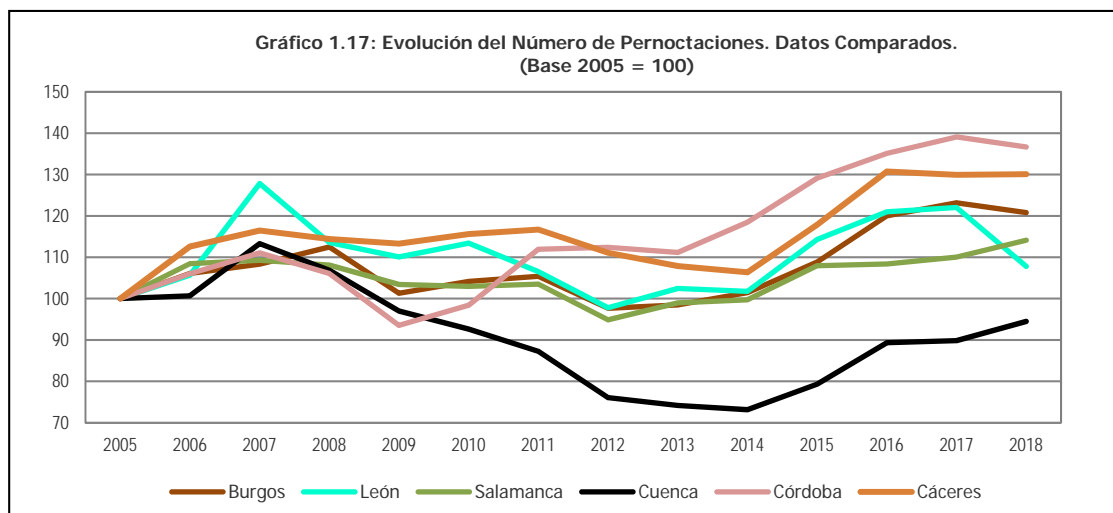
Al analizar el número de pernoctaciones de turistas tanto nacionales como extranjeros en 2018, podemos apreciar que el número de pernoctaciones de turistas extranjeros en la provincia de Burgos ha descendido un -1,70% respecto al año anterior presentando peores resultados que a nivel autonómico 0,99% y que a nivel nacional (-0,55%). También se observan (tabla 1.19) peores resultados en la variación de las pernoctaciones de los turistas nacionales.

Tabla 1.19: Número de Pernoctaciones 2015 – 2018. Comparación.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	828.342	897.669	928.835	909.861	3,47%	-2,04%	9,84%
	Extranjeros	355.836	408.485	411.478	404.463	0,73%	-1,70%	13,67%
	Total	1.184.178	1.306.154	1.340.313	1.314.324	2,62%	-1,94%	10,99%
Castilla y León	Nacionales	5.907.548	6.198.218	6.425.997	6.411.506	3,67%	-0,23%	8,53%
	Extranjeros	1.397.507	1.656.955	1.752.052	1.769.323	5,74%	0,99%	15,34%
	Total	7.441.563	7.855.173	8.178.049	8.180.829	4,11%	0,03%	9,93%
España	Nacionales	110.254.904	114.239.133	115.036.697	116.484.089	0,70%	1,26%	5,65%
	Extranjeros	197.980.823	216.929.812	225.000.468	223.767.391	3,72%	-0,55%	13,02%
	Total	308.235.727	331.168.945	340.037.165	340.251.480	2,68%	0,06%	10,39%

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

La evolución en el número de pernoctaciones en las ciudades tomadas como referencia (gráfico 1.17), 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, si bien en los últimos años se ha observado un importante cambio de tendencia. Centrándonos en las provincias de Castilla y León, observamos que Burgos y León presentan un descenso en este último año siendo más acentuado en la provincia de León; mientras que en Salamanca siguen incrementándose las pernoctaciones en el año 2018.



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 2015-2018 en las provincias de referencia.

En primer lugar, si analizamos la variación del número de pernoctaciones en el año 2018 en el conjunto de datos provinciales (tabla 1.20), podemos observar que se han incrementado en tres provincias: Cuenca (5,21%), Salamanca (3,72%) y Cáceres (0,13%), mientras que en otras tres han descendido: Córdoba (-1,74%), Burgos (-1,94%) y León (-11,68%) principalmente esta última.

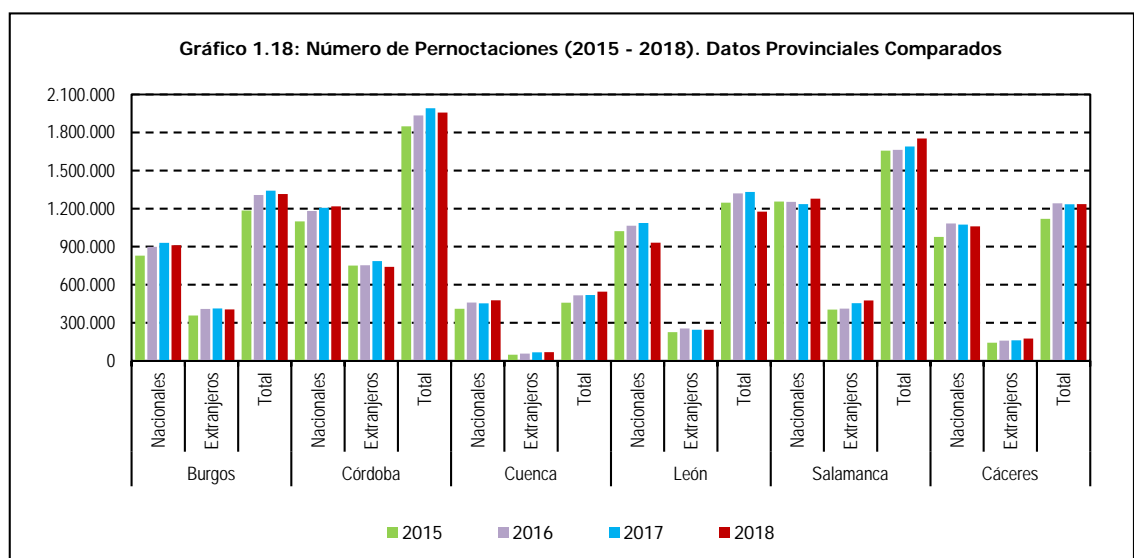
En segundo lugar, si observamos la variación entre 2015-2018 la provincia con mayor tasa de crecimiento que se observa es Cuenca (19,13%) seguida de Burgos (10,99%) y Cáceres (10,38%), mientras que en León el número de pernoctaciones en 2018 con respecto a 2015 presenta un descenso del -5,71% a pesar del incremento (8,77%) de las pernoctaciones de turistas extranjeros (tabla 1.20).



Tabla 1.20: Número de Pernoctaciones 2015 -2018. Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	828.342	897.669	928.835	909.861	3,47%	-2,04%	9,84%
	Extranjeros	355.836	408.485	411.478	404.463	0,73%	-1,70%	13,67%
	Total	1.184.178	1.306.154	1.340.313	1.314.324	2,62%	-1,94%	10,99%
Córdoba	Nacionales	1.098.008	1.181.126	1.205.859	1.216.637	2,09%	0,89%	10,80%
	Extranjeros	750.035	752.775	785.033	739.522	4,29%	-5,80%	-1,40%
	Total	1.848.043	1.933.901	1.990.892	1.956.159	2,95%	-1,74%	5,85%
Cuenca	Nacionales	409.513	458.364	452.046	476.563	-1,38%	5,42%	16,37%
	Extranjeros	47.471	56.353	65.409	67.860	16,07%	3,75%	42,95%
	Total	456.984	514.717	517.455	544.423	0,53%	5,21%	19,13%
León	Nacionales	1.021.284	1.064.259	1.085.937	930.440	2,04%	-14,32%	-8,90%
	Extranjeros	224.702	254.686	244.250	244.405	-4,10%	0,06%	8,77%
	Total	1.245.986	1.318.945	1.330.187	1.174.845	0,85%	-11,68%	-5,71%
Salamanca	Nacionales	1.254.457	1.252.938	1.235.131	1.277.107	-1,42%	3,40%	1,81%
	Extranjeros	402.505	410.308	453.699	474.552	10,58%	4,60%	17,90%
	Total	1.656.962	1.663.246	1.688.830	1.751.659	1,54%	3,72%	5,72%
Cáceres	Nacionales	976.475	1.082.667	1.072.961	1.059.812	-0,90%	-1,23%	8,53%
	Extranjeros	142.231	158.323	160.352	175.070	1,28%	9,18%	23,09%
	Total	1.118.706	1.240.990	1.233.313	1.234.882	-0,62%	0,13%	10,38%

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



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

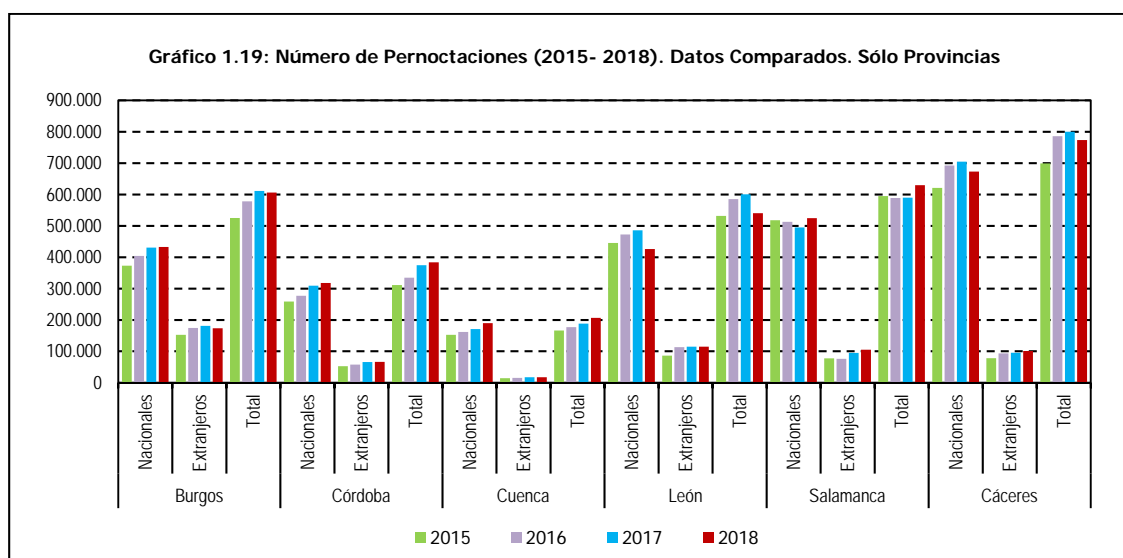
Si analizamos los datos de las diferentes provincias sin tener en cuenta la capital, podemos percibir como la provincia de Cuenca presenta la mayor tasa de crecimiento anual (9,77%) seguida de Salamanca (6,73%). En Burgos se observa un ligero descenso (-0,85%) debido a la disminución de las pernoctaciones de los turistas extranjeros (-4,19%) (tabla 1.21).

En relación con la variación del año 2018 respecto a las pernoctaciones en 2015 sólo en la provincia observamos (tabla 1.21) los elevados incrementos experimentados en Cuenca (24,22%) y Córdoba (23,46%), mientras que en Burgos son del 15,48% fruto del incremento de los turistas nacionales (16,14%) y extranjeros (13,88%).

Tabla 1.21: Número de Pernoctaciones 2015 -2018. Datos Comparados Sólo Provincias.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	372.520	403.684	430.248	432.639	6,58%	0,56%	16,14%
	Extranjeros	152.192	174.383	180.900	173.320	3,74%	-4,19%	13,88%
	Total	524.712	578.067	611.148	605.959	5,72%	-0,85%	15,48%
Córdoba	Nacionales	258.604	276.943	308.774	317.485	11,49%	2,82%	22,77%
	Extranjeros	52.170	57.587	65.412	66.188	13,59%	1,19%	26,87%
	Total	310.774	334.530	374.186	383.673	11,85%	2,54%	23,46%
Cuenca	Nacionales	152.073	161.340	170.896	189.317	5,92%	10,78%	24,49%
	Extranjeros	14.059	15.233	17.120	17.059	12,39%	-0,36%	21,34%
	Total	166.132	176.573	188.016	206.376	6,48%	9,77%	24,22%
León	Nacionales	445.278	472.293	485.650	426.013	2,83%	-12,28%	-4,33%
	Extranjeros	86.134	112.850	114.613	114.294	1,56%	-0,28%	32,69%
	Total	531.412	585.143	600.263	540.307	2,58%	-9,99%	1,67%
Salamanca	Nacionales	517.510	512.655	494.663	524.528	-3,51%	6,04%	1,36%
	Extranjeros	77.125	75.892	94.877	104.701	25,02%	10,35%	35,75%
	Total	594.635	588.547	589.540	629.229	0,17%	6,73%	5,82%
Cáceres	Nacionales	620.703	692.378	704.583	672.631	1,76%	-4,53%	8,37%
	Extranjeros	78.028	93.310	95.204	100.663	2,03%	5,73%	29,01%
	Total	698.731	785.688	799.787	773.294	1,79%	-3,31%	10,67%

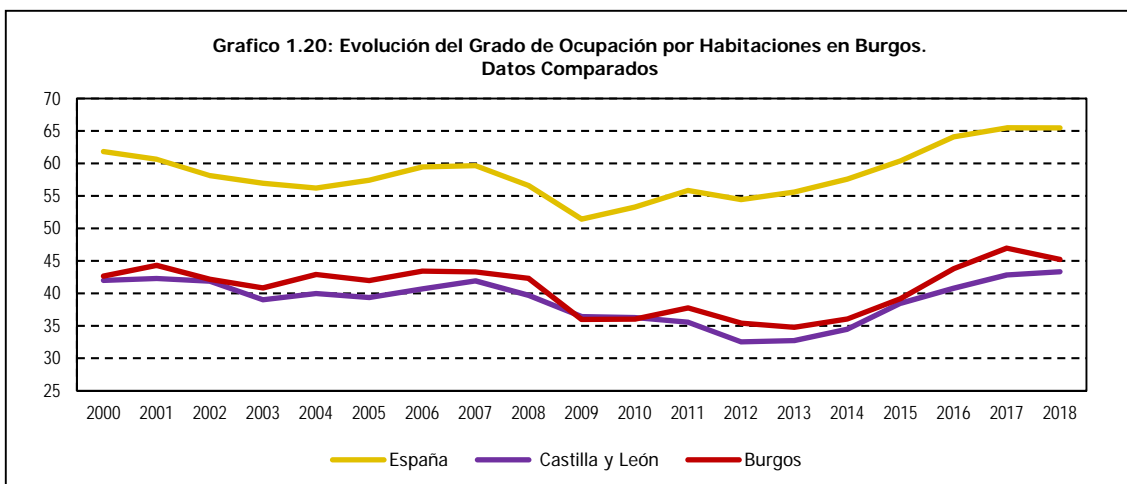
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



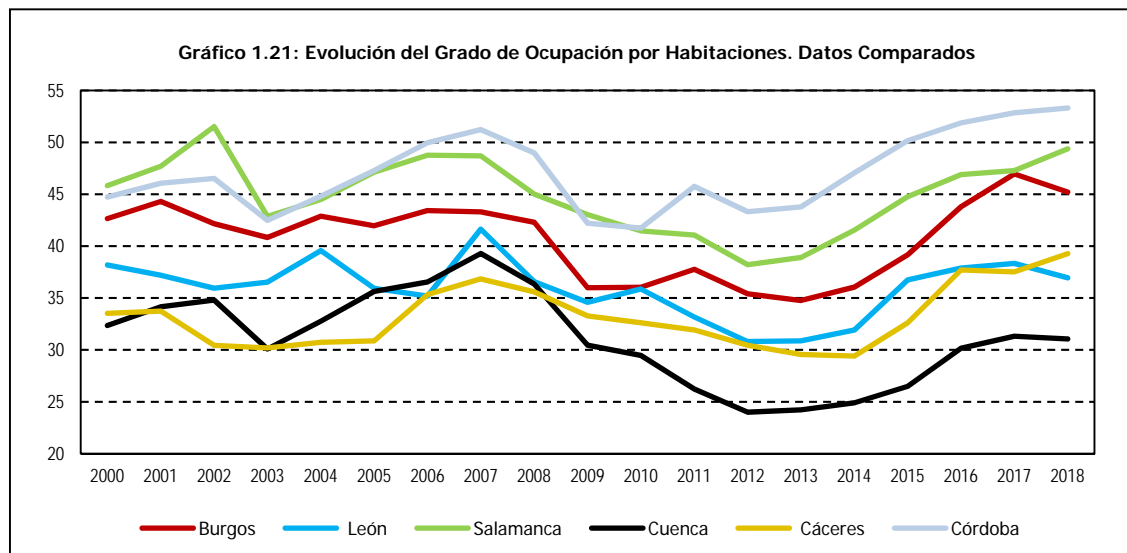
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.

En relación al **Grado de Ocupación por Habitaciones** en establecimientos hoteleros (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%), mientras que en el año 2018 ha sido del 45,21% y 43,33% respectivamente. 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%, similar al dato observado en 2018.

Si comparamos las diferentes provincias, en el año 2018 Córdoba (53,32%) tiene el mayor grado de ocupación hotelera por habitaciones, seguida de Salamanca (49,37%) y Burgos (45,21%). La provincia de Cuenca es donde se observa un menor grado de ocupación (31,06%) seguida de León (36,95%) y Cáceres (39,27%) (gráfico 1.21).

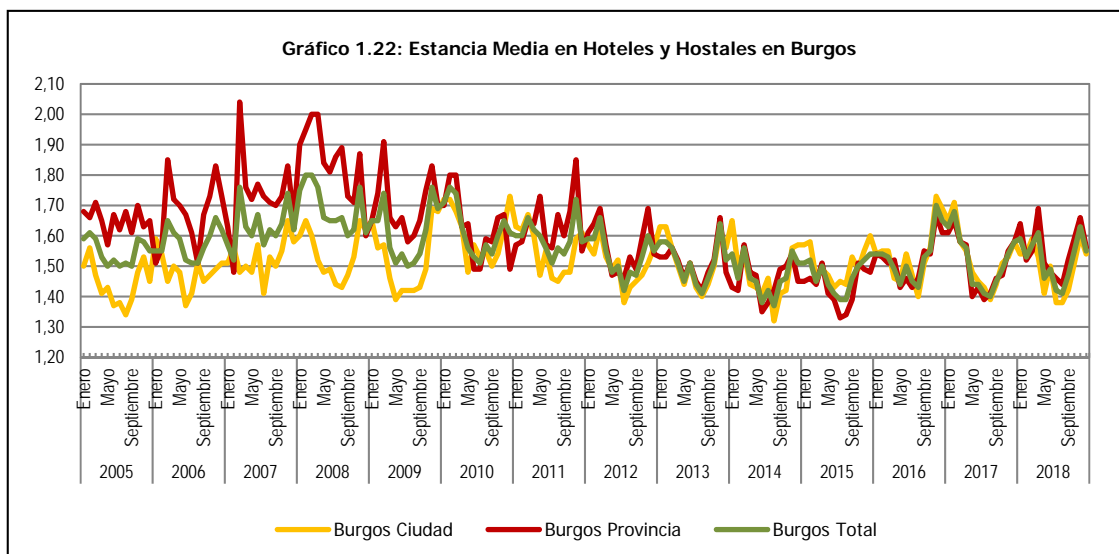


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y elaboración propia.



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





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

Uno de los mayores problemas que sigue persistiendo es la baja duración de la estancia media (1,52 días) en establecimientos hoteleros en Burgos (gráfico 1.22), frente a 1,60 y 1,75 días de estancia media en León y Salamanca y de 1,66 días de estancia media en los establecimientos hoteleros de Castilla y León.

1.2.2. Alojamientos de Turismo Rural

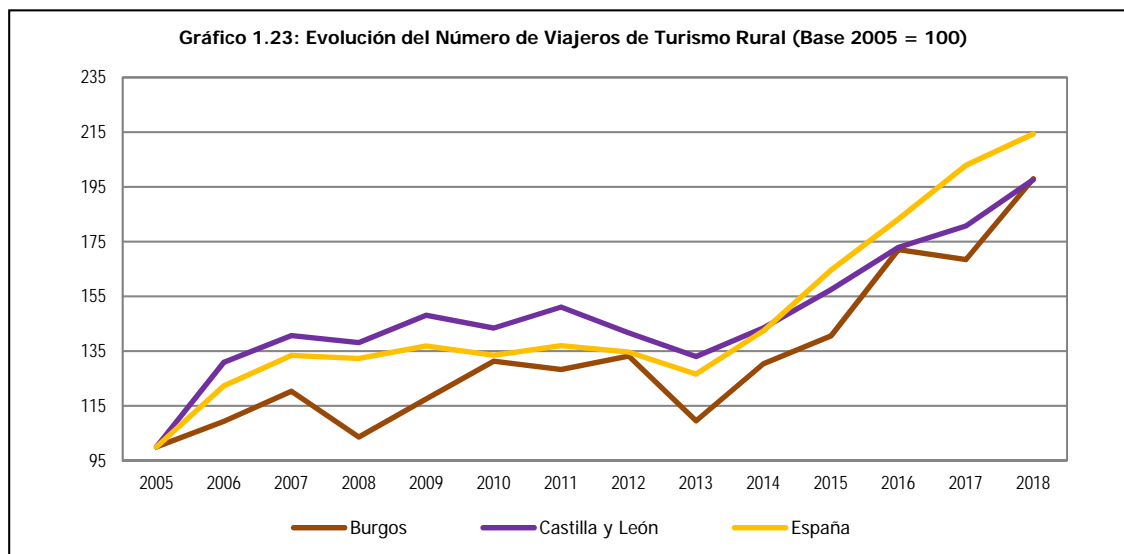
A continuación, se presentan los principales resultados de demanda turística relacionados con los viajeros y pernoctaciones en los alojamientos de turismo rural, que en el caso de Burgos sólo se encuentran en la provincia.

La evolución del **número de viajeros y pernoctaciones en turismo rural** en el periodo 2015-2018 consolida una tendencia creciente para los viajeros en Burgos (40,86%), aunque en 2017 se redujo el número de viajeros respecto al 2016 (-1,97%) observándose un crecimiento anual en el 2018 del 17,50% (tabla 1.22). Se produce un aumento del número de pernoctaciones en Burgos, Castilla y León y España (15,68%, 8,22% y 3,88%, respectivamente). En ambos casos, la tasa de crecimiento en 2018 respecto a los valores observados en 2015 es mayor en Burgos que en la comunidad y en el conjunto nacional, siendo para el número de viajeros 40,86%, 25,52% y 30,22% respectivamente y para el número de pernoctaciones 45,60%, 25,07% y 29,27% respectivamente.

Tabla 1.22: Número de Viajeros y Pernoctaciones en Alojamientos de Turismo Rural. 2015-2018. Comparación.

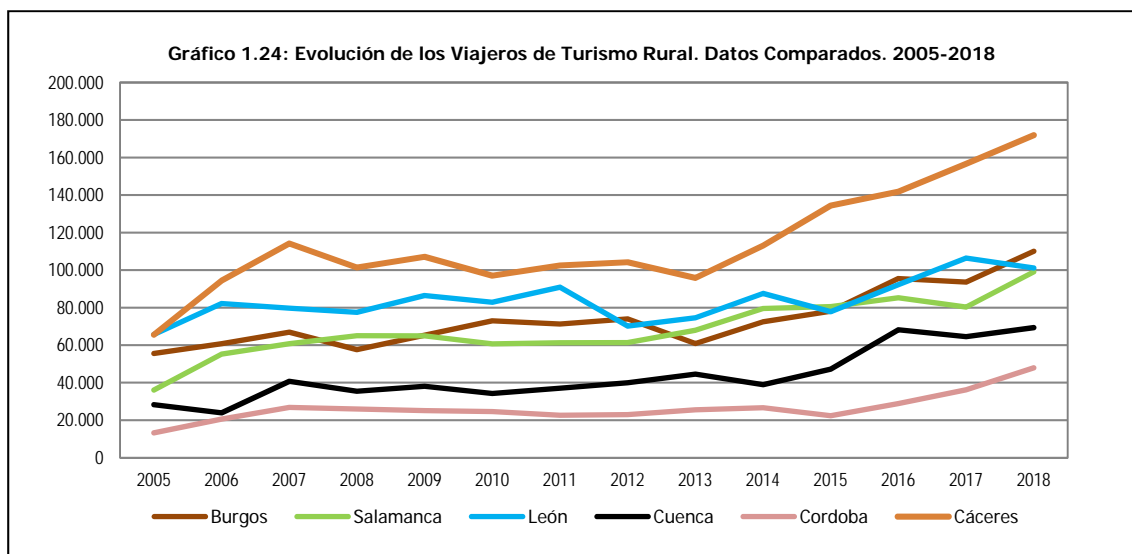
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Burgos	Castilla y León	España	Burgos	Castilla y León	España
2015	78.106	651.916	3.264.188	161.571	1.439.413	8.825.066
2016	95.633	715.702	3.633.620	191.325	1.590.690	9.922.064
2017	93.633	748.308	4.023.983	203.363	1.663.423	10.982.083
2018	110.021	818.258	4.250.768	235.246	1.800.202	11.407.881
Variación 2017-2018	17,50%	9,35%	5,64%	15,68%	8,22%	3,88%
Variación 2015-2018	40,86%	25,52%	30,22%	45,60%	25,07%	29,27%

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 con la variación en 2018 con respecto al número de viajeros en 2015 caben destacar los resultados de Córdoba que ha más que duplicado el número de viajeros en sólo cuatro años. En el resto de provincias comparadas también se observan incrementos superiores al 20% siendo las más relevantes Cuenca (46,84%) y Burgos (40,86%), en este último caso debido principalmente a los turistas nacionales (48,27%) (gráfico 1.24 y tabla 1.23).



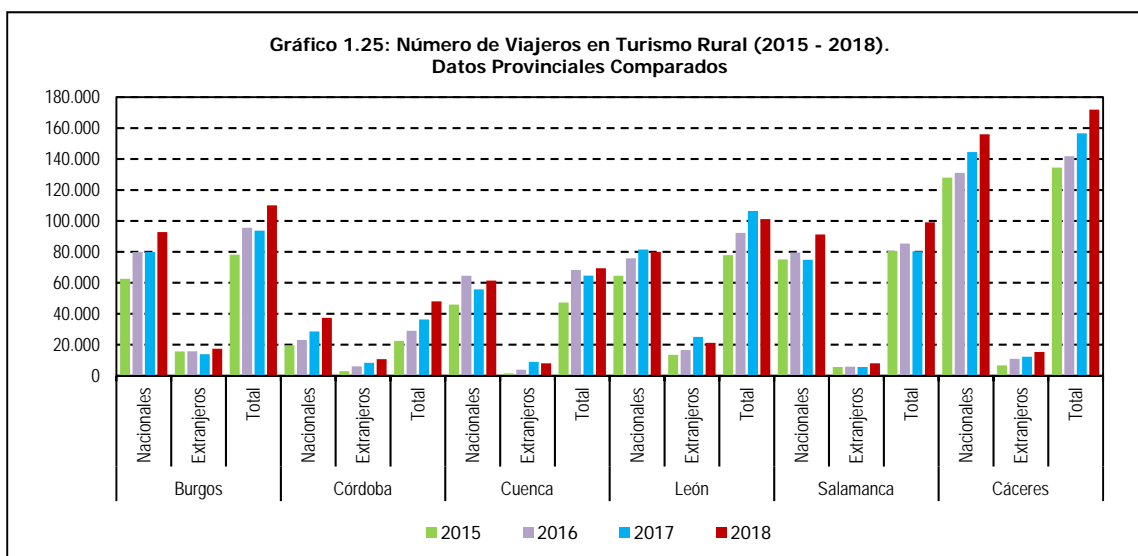
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

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, en 2018 se produce un incremento del 17,5% fruto del incremento del 16,09% en los turistas nacionales y del 25,68% de los turistas extranjeros. Destacamos el fuerte incremento anual en el número de turistas que se observa en Córdoba (30,55%) y en Salamanca (23,34%), por el contrario, en León ha descendido el -5,00%.

Tabla 1.23: Número de Viajeros en Turismo Rural (2015 – 2018). Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	62.527	79.837	79.860	92.711	0,03%	16,09%	48,27%
	Extranjeros	15.579	15.678	13.773	17.310	-12,15%	25,68%	11,11%
	Total	78.106	95.515	93.633	110.021	-1,97%	17,50%	40,86%
Córdoba	Nacionales	19.529	23.004	28.471	37.330	23,77%	31,12%	91,15%
	Extranjeros	2.836	5.886	8.227	10.579	39,77%	28,59%	237,03%
	Total	22.365	28.890	36.198	47.909	27,03%	30,55%	114,21%
Cuenca	Nacionales	45.854	64.447	55.701	61.410	-13,57%	10,25%	33,93%
	Extranjeros	1.368	3.772	8.851	7.929	134,65%	-10,42%	479,61%
	Total	47.222	68.219	64.552	69.339	-5,38%	7,42%	46,84%
León	Nacionales	64.477	75.790	81.477	79.940	7,50%	-1,89%	23,98%
	Extranjeros	13.354	16.444	24.935	21.147	51,64%	-15,19%	58,36%
	Total	77.831	92.234	106.412	101.087	15,37%	-5,00%	29,88%
Salamanca	Nacionales	75.058	79.540	74.855	91.215	-5,89%	43,62%	21,53%
	Extranjeros	5.478	5.746	5.465	7.849	-4,89%	21,86%	43,28%
	Total	80.536	85.286	80.320	99.064	-5,82%	23,34%	23,01%
Cáceres	Nacionales	127.891	130.980	144.494	156.005	10,32%	7,97%	21,98%
	Extranjeros	6.498	10.817	12.123	15.290	12,07%	26,12%	135,30%
	Total	134.389	141.797	156.617	171.925	10,45%	9,37%	27,46%

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.

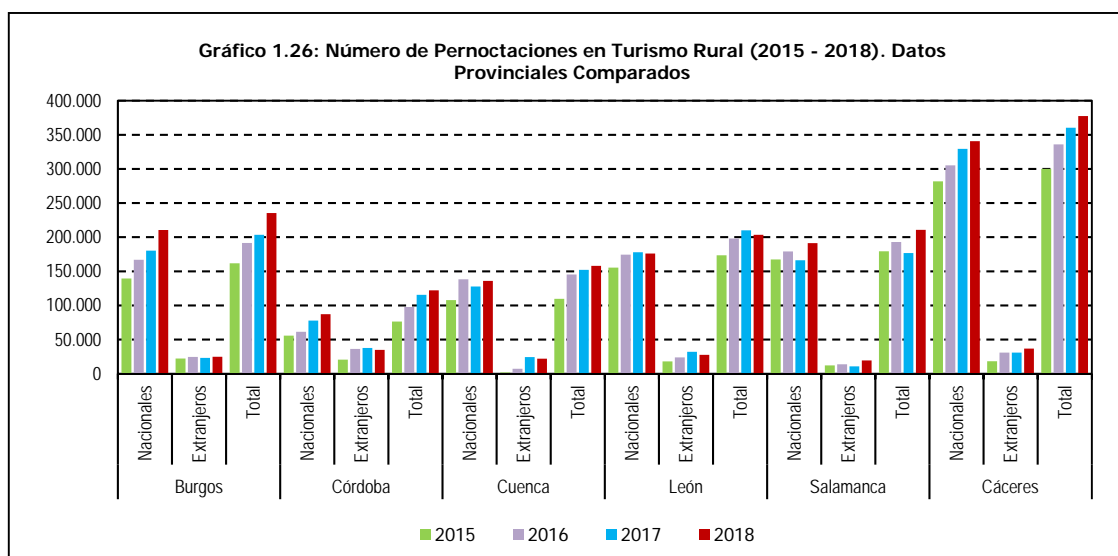
Las tablas 1.24 y 1.25 muestran la evolución del número de pernoctaciones experimentadas en el periodo 2015-2018. Si analizamos la evolución en 2018 respecto al 2017, en Burgos se observa un aumento del 15,68% superior al 6,29% del año anterior, principalmente por el incremento de las pernoctaciones de los viajeros nacionales (16,80%). La variación anual en 2018 en Burgos ha sido muy superior a la observada en Castilla y León (8,22%) y que en el conjunto nacional (3,88%). Aunque el incremento de turistas extranjeros ha sido mayor en Castilla y León (20,09%) y en el conjunto nacional (8,31%), mientras que en Burgos sólo fue del 6,79%.

En la tabla 1.25 y el gráfico 1.26 se recoge la evolución de las pernoctaciones en el periodo 2015-2018 comparando las cinco provincias de referencia. Salamanca se sitúa por delante de todas las provincias objeto de análisis con un incremento anual en 2018 del 19,13%, seguida de Burgos con un 15,68%. La peor evolución de las pernoctaciones es la experimentada por León, que registra una disminución del -3,15%. En cuanto a la tasa de variación entre 2015 y 2018, Burgos (45,60%) se sitúa en segundo lugar después de Córdoba (59,74%) siendo superior a los resultados observados en León (17,41%) y Salamanca (17,44%).

Tabla 1.24: Número de Pernoctaciones en Turismo Rural 2015 – 2018. Comparación.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	139.393	166.763	180.236	210.508	8,08%	16,80%	51,02%
	Extranjeros	22.178	24.562	23.127	24.738	-5,84%	6,97%	11,54%
	Total	161.571	191.325	203.363	235.246	6,29%	15,68%	45,60%
Castilla y León	Nacionales	1.346.028	1.481.562	1.552.162	1.666.590	4,77%	7,37%	23,82%
	Extranjeros	93.384	109.130	111.260	133.612	1,95%	20,09%	43,08%
	Total	1.439.413	1.590.690	1.663.423	1.800.202	4,57%	8,22%	25,07%
España	Nacionales	6.674.539	7.354.228	8.005.577	8.184.067	8,86%	2,23%	22,62%
	Extranjeros	2.150.528	2.567.835	2.976.506	3.223.814	15,92%	8,31%	49,91%
	Total	8.825.066	9.922.064	10.982.083	11.407.881	10,68%	3,88%	29,27%

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

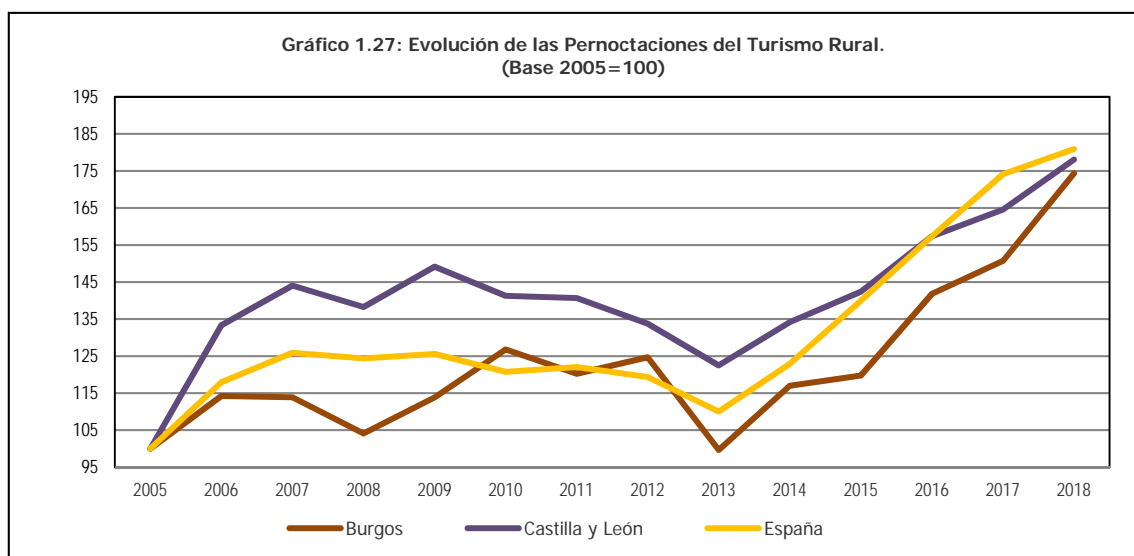


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

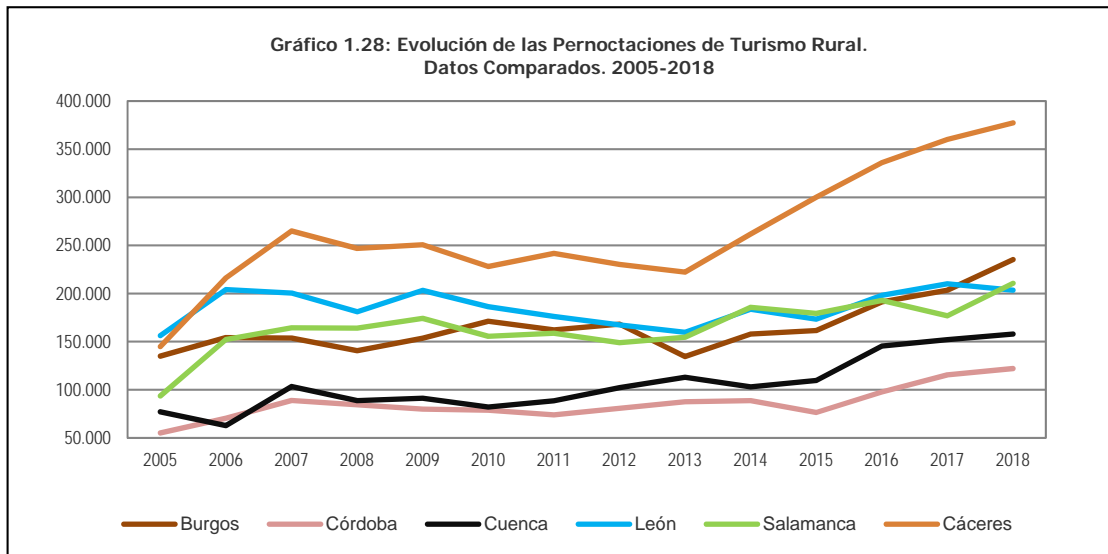
Tabla 1.25: Número de Pernoctaciones en Turismo Rural (2015 – 2018). Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	139.393	166.763	180.236	210.508	8,08%	16,80%	51,02%
	Extranjeros	22.178	24.562	23.127	24.738	-5,84%	6,97%	11,54%
	Total	161.571	191.325	203.363	235.246	6,29%	15,68%	45,60%
Córdoba	Nacionales	55.794	61.365	77.834	87.136	26,84%	11,95%	56,17%
	Extranjeros	20.580	36.306	37.640	34.863	3,67%	-7,38%	69,40%
	Total	76.374	97.671	115.474	121.999	18,23%	5,65%	59,74%
Cuenca	Nacionales	107.859	138.238	127.722	135.930	-7,61%	6,43%	26,03%
	Extranjeros	1.801	7.135	24.271	21.973	240,17%	-9,47%	1.120,04%
	Total	109.660	145.373	151.993	157.903	4,55%	3,89%	43,99%
León	Nacionales	155.319	174.319	177.948	175.968	2,08%	-1,11%	13,29%
	Extranjeros	17.968	23.793	32.114	27.487	34,97%	-14,41%	52,98%
	Total	173.287	198.112	210.062	203.455	6,03%	-3,15%	17,41%
Salamanca	Nacionales	167.274	179.119	166.171	191.186	-7,23%	15,05%	14,30%
	Extranjeros	12.032	13.664	10.589	19.395	-22,50%	83,16%	61,20%
	Total	179.306	192.783	176.760	210.581	-8,31%	19,13%	17,44%
Cáceres	Nacionales	281.749	305.028	329.392	340.574	7,99%	3,39%	20,88%
	Extranjeros	18.303	30.915	30.747	36.790	-0,54%	19,65%	101,01%
	Total	300.052	335.943	360.139	377.364	7,20%	4,78%	25,77%

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

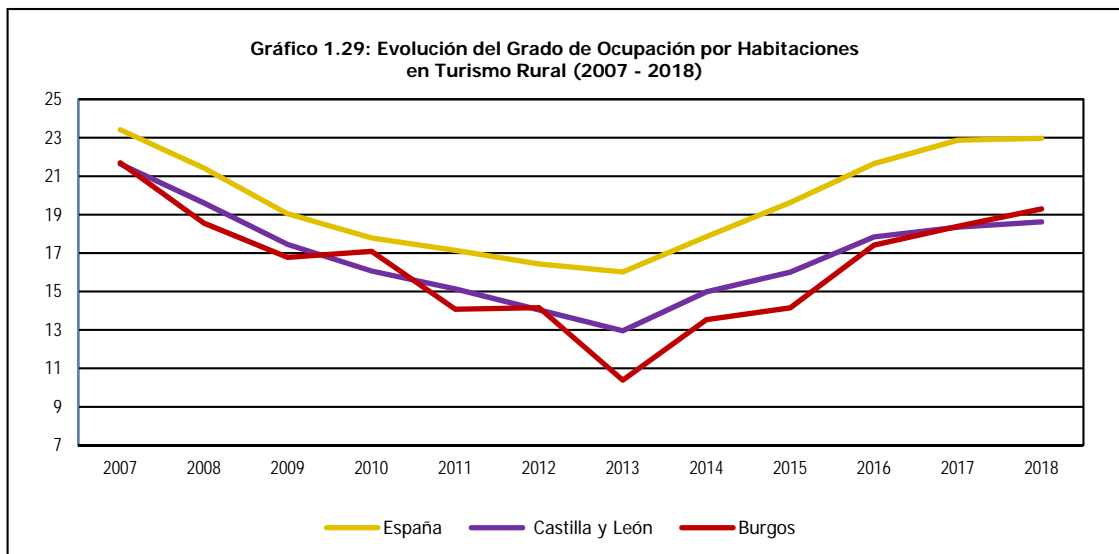


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



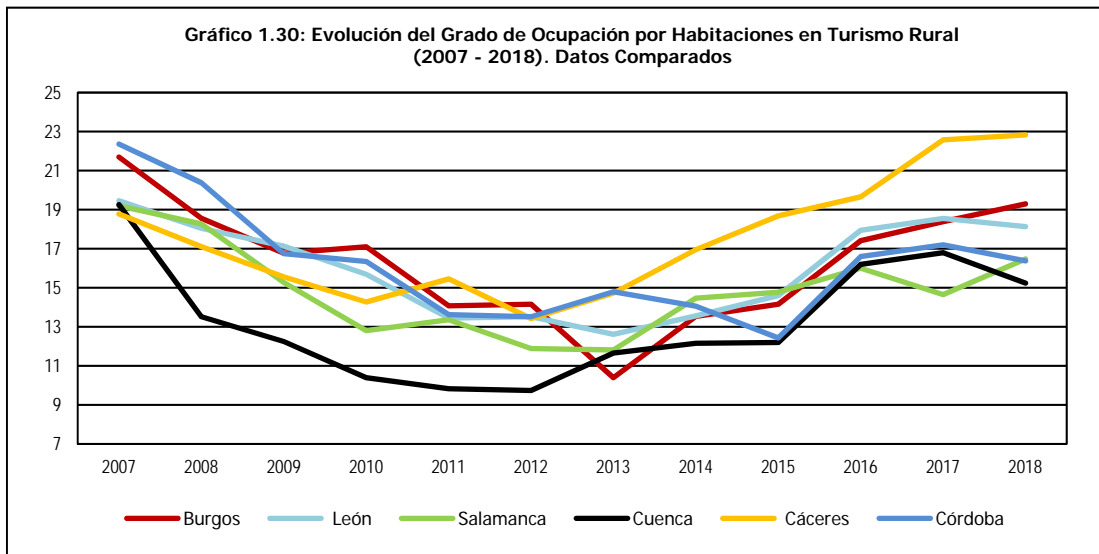
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

En relación al **grado de ocupación de habitaciones en turismo rural** observamos que, en la actualidad, a nivel global, se sitúa a niveles inferiores al año 2007, pero con un ligero 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 Salamanca y una disminución notable en León, y todas ellas se sitúan entre el 15 y 23% en el grado de ocupación de habitaciones en turismo rural (gráfico 1.30).



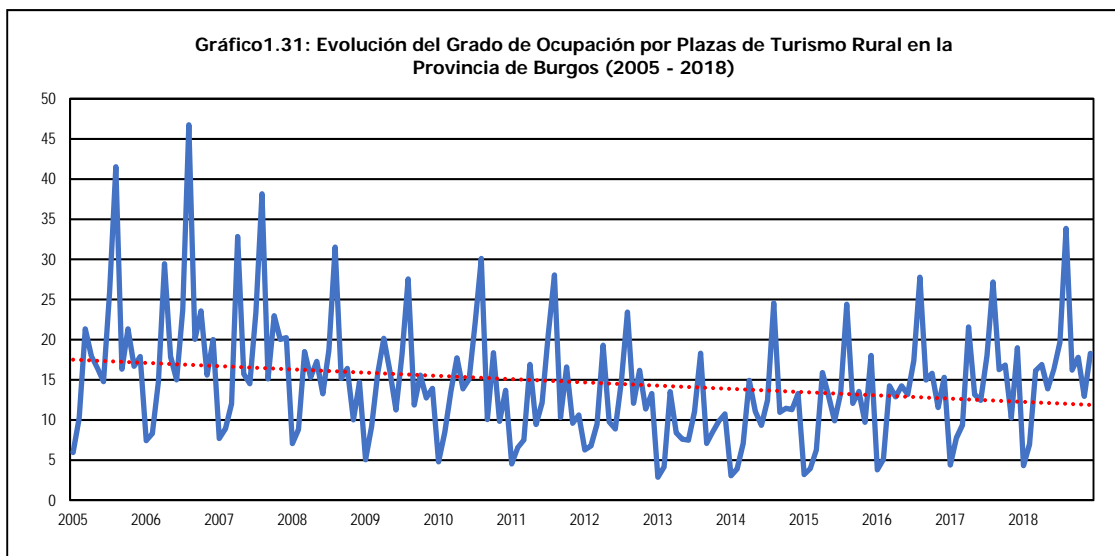
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.





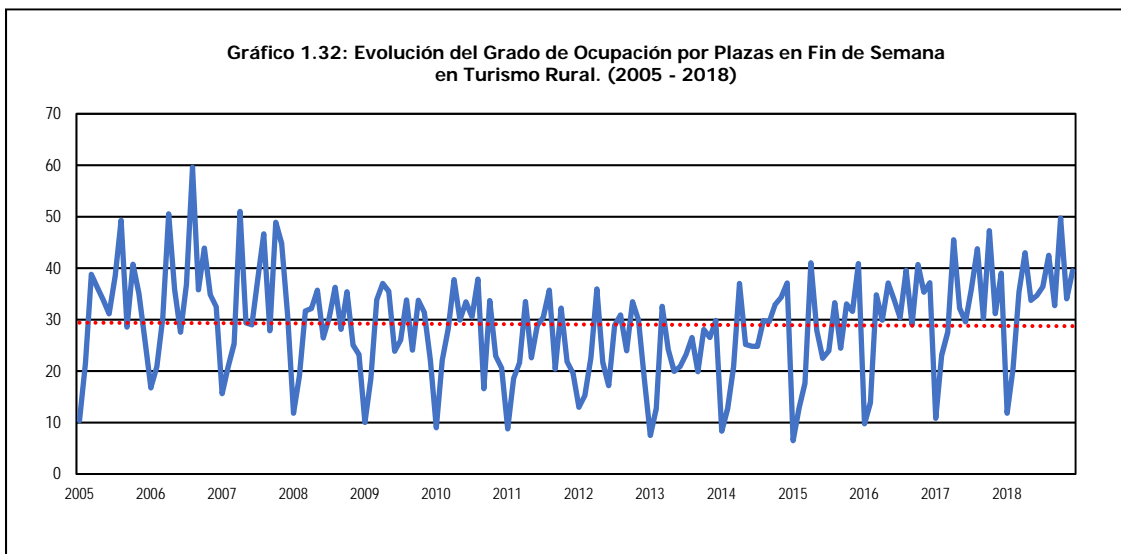
Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

A continuación (gráficos 1.31, 1.32 y 1.33), 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 2005-2018, 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.

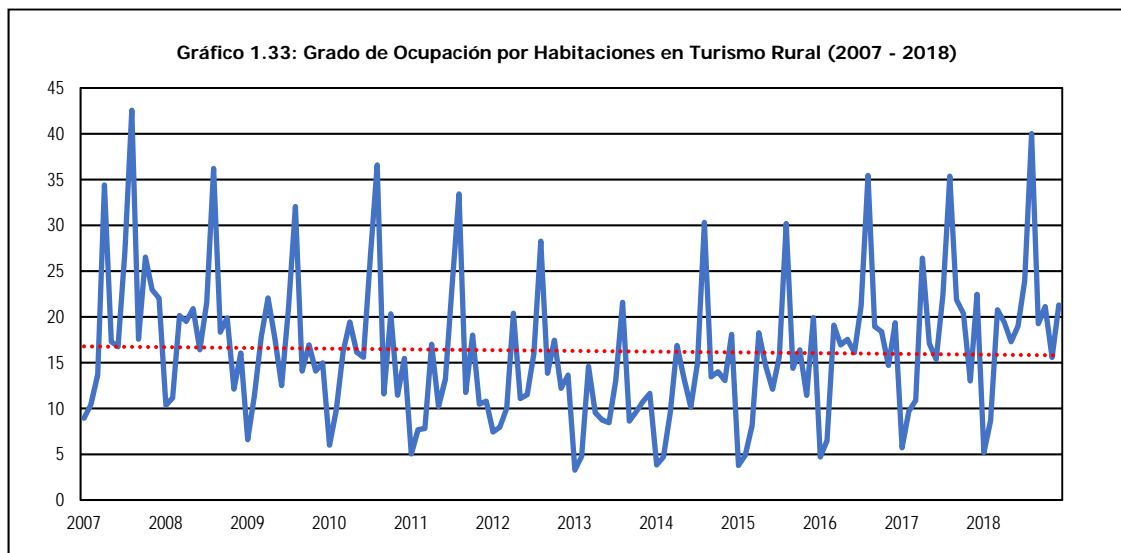


Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.

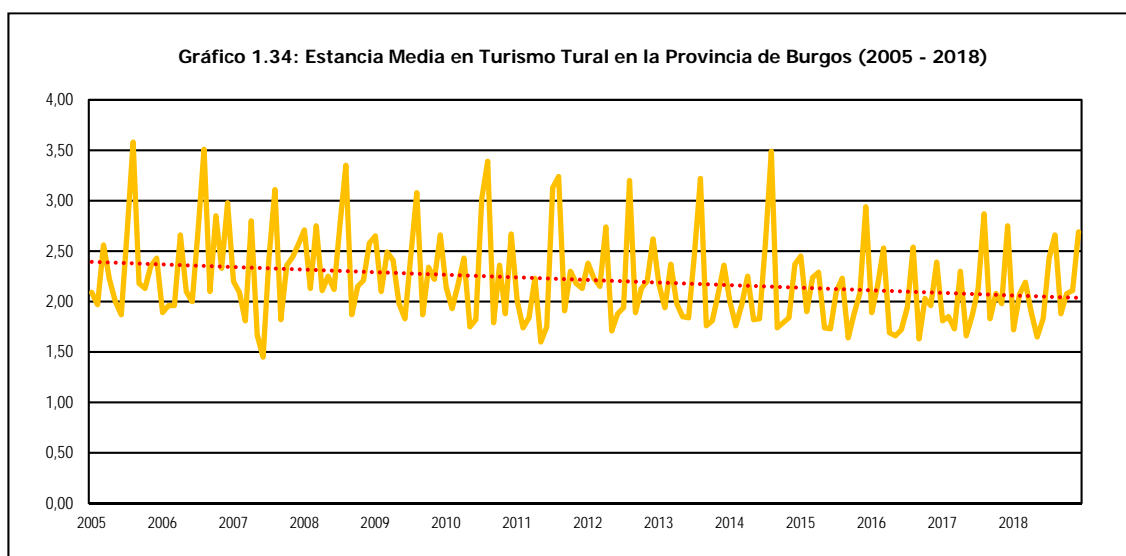




Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural y elaboración propia.



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 2018** en establecimientos de Turismo Rural en Burgos se sitúa en 2,10 días, superior a los 2,07 del año 2017 (gráfico 1.34) aunque puede observarse una tendencia decreciente en los últimos diez años. La tabla 1.28 muestra la evolución de la estancia media en establecimientos de turismo rural en el año 2018:

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

Año	España	Castilla y León	Burgos	León	Salamanca	Cuenca	Cáceres	Córdoba
2017	2,58	2,15	2,07	1,92	2,14	2,32	2,26	3,02
2018	2,56	2,14	2,10	1,97	2,06	2,32	2,15	2,42

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

Tabla 1.27: Evolución del Grado de Ocupación por Habitaciones en Turismo Rural (2007 – 2018)

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	22,87	18,35	18,39	18,55	14,64	16,79	22,58	17,20
2018	22,97	18,62	19,30	18,14	16,48	15,24	22,83	16,38

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

Tabla 1.28: Evolución de la Estancia Media en Turismo Rural (2005 – 2018).

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	2,58	2,15	2,07	1,92	2,14	2,32	2,26	3,02
2018	2,56	2,14	2,10	1,97	2,06	2,32	2,15	2,42

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. 2015-2018 (I).

Año	Burgos			Salamanca			León		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
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	490.441	413.515	989.783	683.274	306.509	786.477	404.385	382.092
2018	874.657	479.963	394.694	1.004.486	677.396	327.090	745.038	393.183	351.855
Variación 2017-2018	-3,24%	-2,14%	-4,55%	1,49%	-0,86%	6,71%	-5,27%	-2,77%	-7,91%
Variación 2015-2018	7,43%	8,47%	6,20%	5,96%	2,53%	13,83%	-3,91%	-11,23%	5,85%

Tabla 1.29: Viajeros en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2015-2018 (II).

Año	Cuenca			Córdoba			Cáceres		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
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
2018	315.901	192.660	123.241	1.181.282	959.648	221.634	702.255	290.768	411.487
Variación 2017-2018	6,76%	4,18%	11,05%	-4,05%	-5,23%	1,40%	1,56%	8,13%	-2,63%
Variación 2015-2018	15,18%	9,68%	24,99%	4,05%	0,60%	22,23%	8,53%	8,57%	8,50%

Tabla 1.30: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2015-2018 (I).

Año	Burgos			Salamanca			León		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
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
2018	1.314.324	708.365	605.959	1.751.659	1.122.430	629.229	1.174.845	634.538	540.307
Variación 2017-2018	-1,94%	-2,85%	-0,85%	3,72%	2,10%	6,73%	-11,68%	-13,07%	-9,99%
Variación 2015-2018	10,99%	7,41%	15,48%	5,72%	5,66%	5,82%	-5,71%	-11,20%	1,67%

Tabla 1.30: Pernoctaciones en Burgos, Salamanca, León, Cuenca, Córdoba y Cáceres. Datos comparados. 2015-2018 (II).

Año	Cuenca			Córdoba			Cáceres		
	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia	Total	Ciudad	Provincia
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
2018	544.423	338.047	206.376	1.956.159	1.572.486	383.673	1.234.882	461.588	773.294
Variación 2017-2018	5,21%	2,61%	9,77%	-1,74%	-2,74%	2,54%	0,13%	6,47%	-3,31%
Variación 2015-2018	19,13%	16,23%	24,22%	5,85%	2,29%	23,46%	10,38%	9,91%	10,67%

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

1.2.4. Apartamentos Turísticos

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	7.023	9.428	6.679	7.779	-29,16%	16,47%	10,76%
	Extranjeros	2.097	3.725	369	743	-90,09%	101,36%	-64,57%
	Total	9.120	13.153	7.048	8.522	-46,42%	20,91%	-6,56%
Córdoba	Nacionales	22.070	27.110	27.386	28.331	1,02%	3,45%	28,37%
	Extranjeros	10.438	16.986	24.275	19.727	42,91%	-18,74%	88,99%
	Total	32.508	44.096	51.661	48.058	17,16%	-6,97%	47,83%
Cuenca	Nacionales	34.537	38.027	46.874	49.008	23,27%	4,55%	41,90%
	Extranjeros	2.701	2.353	2.767	2.348	17,59%	-15,14%	-13,07%
	Total	37.238	40.380	49.641	51.356	22,93%	3,45%	37,91%
León	Nacionales	9.608	9.353	11.566	13.906	23,66%	20,23%	44,73%
	Extranjeros	1.123	938	1.454	1.086	50,00%	-25,31%	-3,29%
	Total	10.731	10.291	13.020	14.992	26,06%	15,15%	39,71%
Salamanca	Nacionales	15.259	29.384	33.956	51.213	15,56%	50,82%	235,62%
	Extranjeros	712	6.952	9.074	22.344	30,52%	146,24%	3.038,20%
	Total	15.971	36.336	43.030	73.557	18,42%	70,94%	360,57%
Cáceres	Nacionales	41.307	50.938	43.043	55.507	-15,50%	28,96%	34,38%
	Extranjeros	3.733	4.992	4.803	6.123	-3,79%	27,48%	64,02%
	Total	45.040	55.930	47.846	61.630	-15,45%	28,81%	36,83%

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



Tabla 1.32: Número de Pernoctaciones 2015 -2018. Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	13.271	20.364	20.222	23.451	-0,70%	15,97%	76,71%
	Extranjeros	3.221	6.107	2.975	1.876	-51,29%	-36,94%	41,76%
	Total	16.492	26.471	23.197	25.327	-12,37%	9,18%	53,57%
Córdoba	Nacionales	50.035	57.189	56.960	59.574	-0,40%	4,59%	19,06%
	Extranjeros	22.598	32.401	44.300	40.535	36,72%	-8,50%	79,37%
	Total	72.633	89.590	101.260	100.109	13,03%	-1,14%	37,83%
Cuenca	Nacionales	92.600	87.460	104.433	120.262	19,41%	15,16%	29,87%
	Extranjeros	9.875	7.787	5.484	4.964	-29,57%	-9,54%	-49,76%
	Total	102.475	95.247	109.917	125.223	15,40%	13,93%	22,20%
León	Nacionales	41.184	43.876	41.649	42.663	-5,08%	2,43%	3,59%
	Extranjeros	2.260	3.889	3.798	3.124	-2,34%	-17,75%	38,23%
	Total	43.444	47.765	45.447	45.787	-4,85%	0,75%	5,39%
Salamanca	Nacionales	47.369	67.263	80.976	97.770	20,39%	20,74%	106,40%
	Extranjeros	1.576	14.580	26.819	46.622	83,94%	73,84%	2.858,25 %
	Total	48.945	81.843	107.795	144.392	31,71%	33,95%	195,01%
Cáceres	Nacionales	84.767	97.748	99.017	110.973	1,30%	12,07%	30,92%
	Extranjeros	7.943	8.968	9.572	11.077	6,74%	15,72%	39,46%
	Total	92.710	106.716	108.589	122.050	1,76%	12,40%	31,65%

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

1.2.5. Campings

Tabla 1.33: Número de Viajeros 2015 – 2018. Comparación.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	27.102	23.780	22.005	21.493	-7,46%	-2,33%	-20,70%
	Extranjeros	28.968	39.475	34.484	32.724	-12,64%	-5,10%	12,97%
	Total	56.070	63.255	56.489	54.217	-10,70%	-4,02%	-3,30%
Castilla y León	Nacionales	186.354	183.181	199.629	191.976	8,98%	-3,83%	3,02%
	Extranjeros	92.091	112.165	109.095	117.416	-2,74%	7,63%	27,50%
	Total	278.445	295.346	308.724	309.392	4,53%	0,22%	11,11%
España	Nacionales	4.476.473	4.879.244	5.251.574	5.190.879	7,63%	-1,16%	15,96%
	Extranjeros	2.245.618	2.516.667	2.660.514	2.692.122	5,72%	1,19%	19,88%
	Total	6.722.091	7.395.912	7.912.088	7.883.001	6,98%	-0,37%	17,27%

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

Tabla 1.34: Número de Pernoctaciones 2015 – 2018. Comparación.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	87.402	75.575	61.518	61.425	-18,60%	-0,15%	-29,72%
	Extranjeros	42.469	58.258	53.159	48.742	-8,75%	-8,31%	14,77%
	Total	129.871	133.833	114.677	110.167	-14,31%	-3,93%	-15,17%
Castilla y León	Nacionales	545.559	569.159	656.287	591.489	15,31%	-9,87%	8,42%
	Extranjeros	149.565	182.098	181.995	188.806	-0,06%	3,74%	26,24%
	Total	695.125	751.256	838.282	780.295	11,58%	-6,92%	12,25%
España	Nacionales	17.716.727	18.940.256	20.222.358	20.220.527	6,77%	-0,01%	14,13%
	Extranjeros	16.675.012	17.828.789	18.860.577	19.280.256	5,79%	2,23%	15,62%
	Total	34.391.739	36.769.042	39.082.935	39.500.786	6,29%	1,07%	14,86%

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

Tabla 1.35: Número de Viajeros (2015 – 2018). Datos Comparados Sólo Provincias.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	27.102	23.780	22.005	21.493	-7,46%	-2,33%	-20,70%
	Extranjeros	28.968	39.475	34.484	32.724	-12,64%	-5,10%	12,97%
	Total	56.070	63.255	56.489	54.217	-10,70%	-4,02%	-3,30%
Córdoba	Nacionales	22.966	22.547	27.206		20,66%		%
	Extranjeros	20.898	20.069	17.448		-13,06%		%
	Total	43.864	42.616	44.654		4,78%		%
León	Nacionales	47.840	42.038	45.935	47.508	9,27%	3,42%	-0,69%
	Extranjeros	9.369	11.908	9.101	8.305	-23,57%	-8,75%	-11,36%
	Total	57.209	53.946	55.036	55.813	2,02%	1,41%	-2,44%
Salamanca	Nacionales	13.265	12.540	15.280	13.929	21,85%	-8,84%	5,01%
	Extranjeros	23.821	27.630	32.423	35.982	17,35%	10,98%	51,05%
	Total	37.086	40.170	47.703	49.911	18,75%	4,63%	34,58%

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



Tabla 1.36: Número de Pernoctaciones 2015 -2018. Datos Provinciales Comparados.

		2015	2016	2017	2018	Δ 2017	Δ 2018	Δ 18 / 15
Burgos	Nacionales	87.402	75.575	61.518	61.425	-18,60%	-0,15%	-29,72%
	Extranjeros	42.469	58.258	53.159	48.742	-8,75%	-8,31%	14,77%
	Total	129.871	133.833	114.677	110.167	-14,31%	-3,93%	-15,17%
Córdoba	Nacionales	48.165	51.908	61.357	54.871	18,20%	-10,57%	13,92%
	Extranjeros	39.879	38.452	35.170	39.302	-8,54%	11,75%	-1,45%
	Total	88.044	90.360	96.527	94.173	6,82%	-2,44%	6,96%
León	Nacionales	160.554	163.164	209.009	172.993	28,10%	-17,23%	7,75%
	Extranjeros	11.507	13.364	10.789	9.345	-19,27%	-13,38%	-18,79%
	Total	172.061	176.528	219.798	182.338	24,51%	-17,04%	5,97%
Salamanca	Nacionales	39.914	37.555	42.962	39.971	14,40%	-6,96	0,14%
	Extranjeros	43.348	50.203	57.264	62.223	14,06%	8,66%	43,54%
	Total	83.262	87.758	100.226	102.194	14,21%	1,96%	22,74%

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.



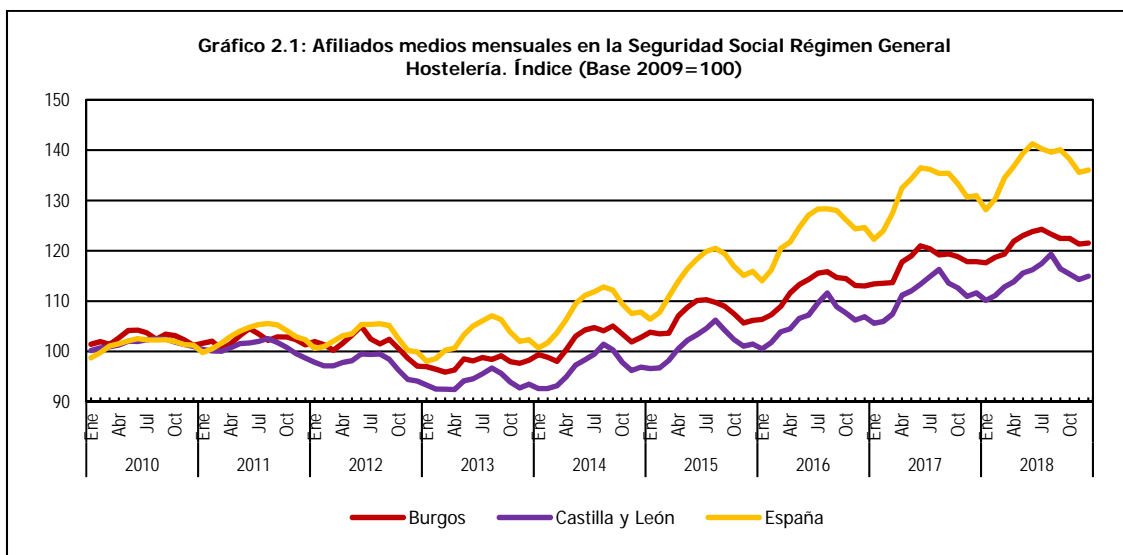
2 EMPLEO EN HOSTELERÍA EN BURGOS



2. Empleo en Hostelería en Burgos

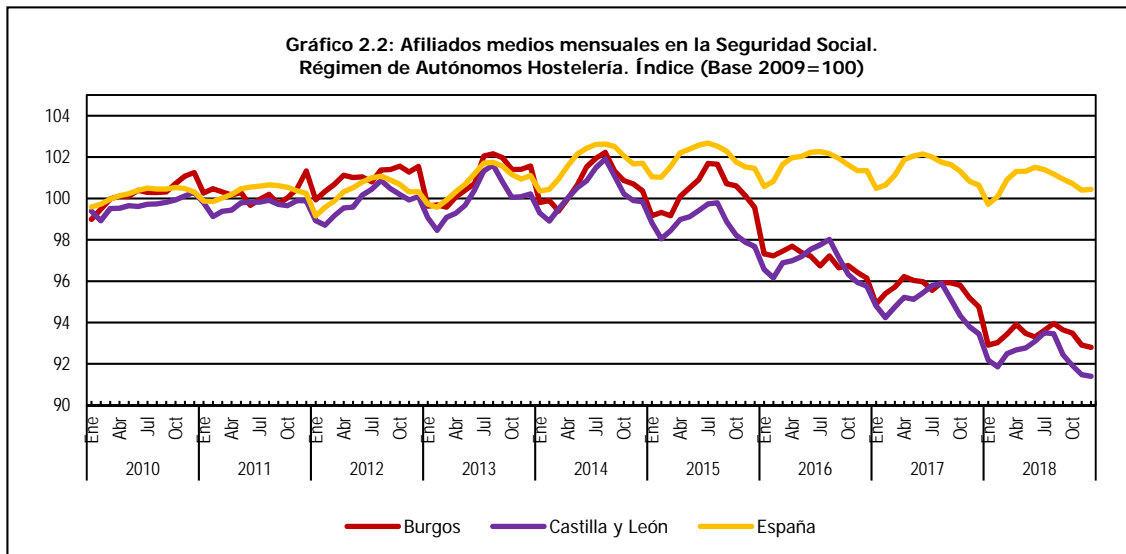
Para el análisis del empleo en el sector de Hostelería utilizamos el número medio mensual de afiliados a la Seguridad Social, tanto en el Régimen General como en el Régimen Especial de Trabajadores (R.E.T.) Autónomos. La metodología utilizada consiste en el cálculo de números índices con base en los 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 por la Tesorería General de la Seguridad Social de Burgos relacionada, en este último caso, 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 2015-2018. 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 (gráfico 2.1) para situarse en los 8.122,52 afiliados medios en diciembre de 2018, 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 (tabla 2.2) con valores anuales del -1,19% en 2014, -0,79% en 2015, -3,44% en 2016, -1,44 en 2017 y -2,06 en 2018; pasando de los 3.285 afiliados medios en diciembre de 2013 a 3.001,52 en diciembre de 2018. Este descenso ha sido similar en Castilla y León (-2,19%), mientras que en España los resultados muestran una tendencia más estable (-0,19%) en el año 2018 (gráfico 2.2).

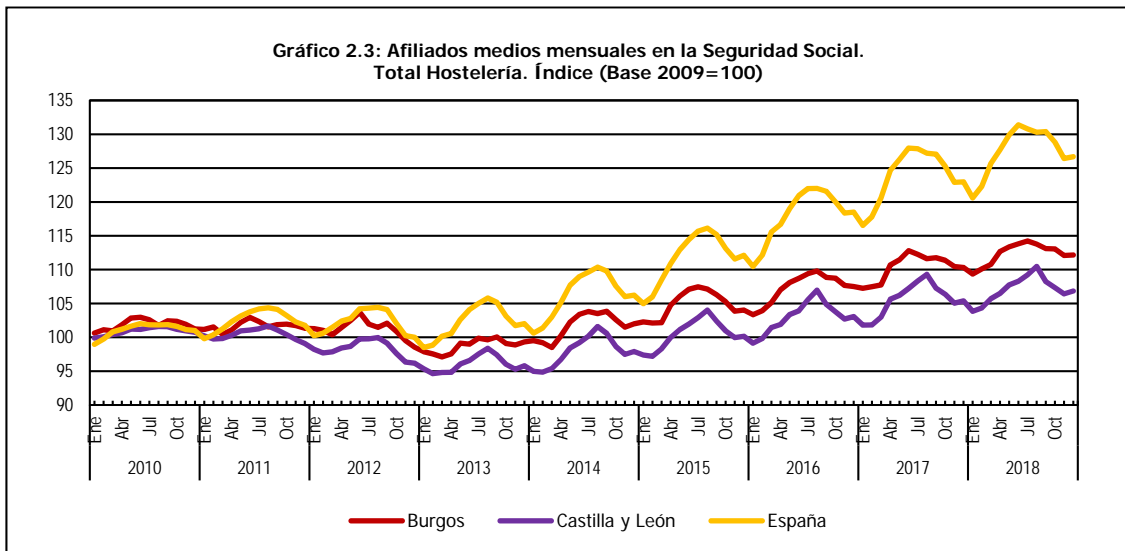


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

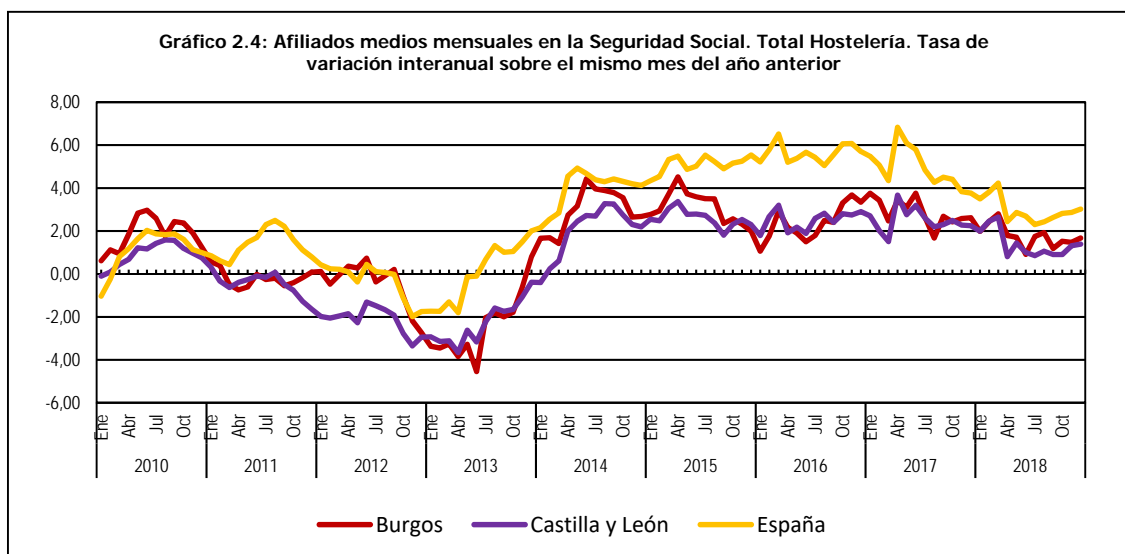




Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

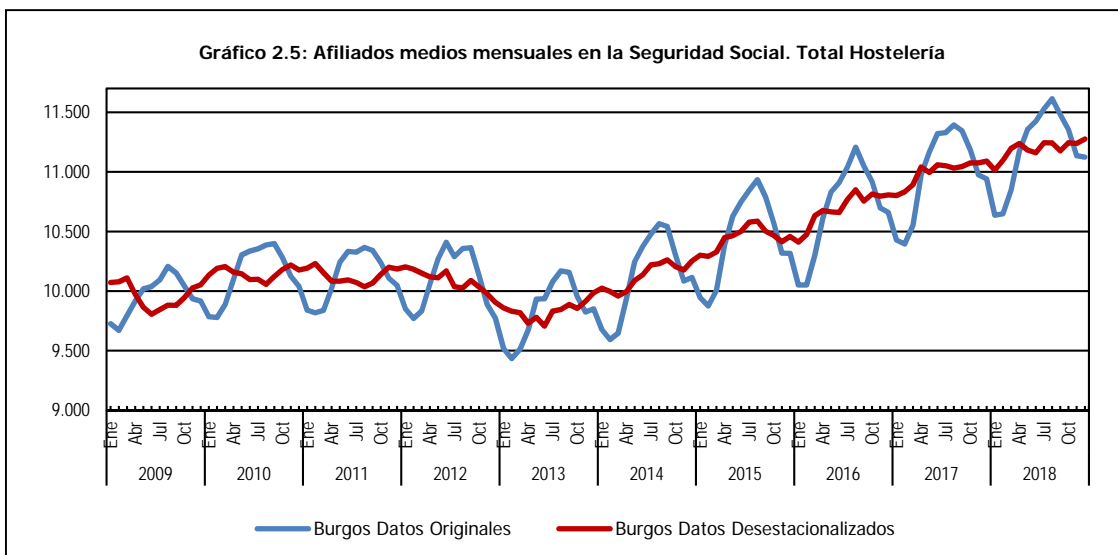


Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.



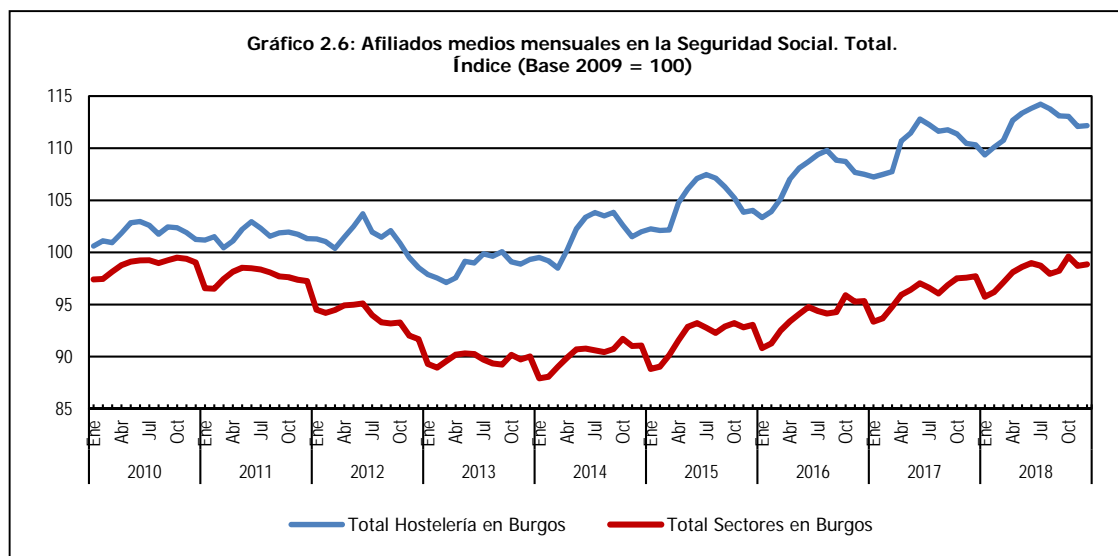
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) y elaboración propia.

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, suavizándose la tasa de crecimiento en 2018 (+1,67%) frente a un crecimiento anual del 2,62% en 2017 y del 3,34% en el 2016.



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

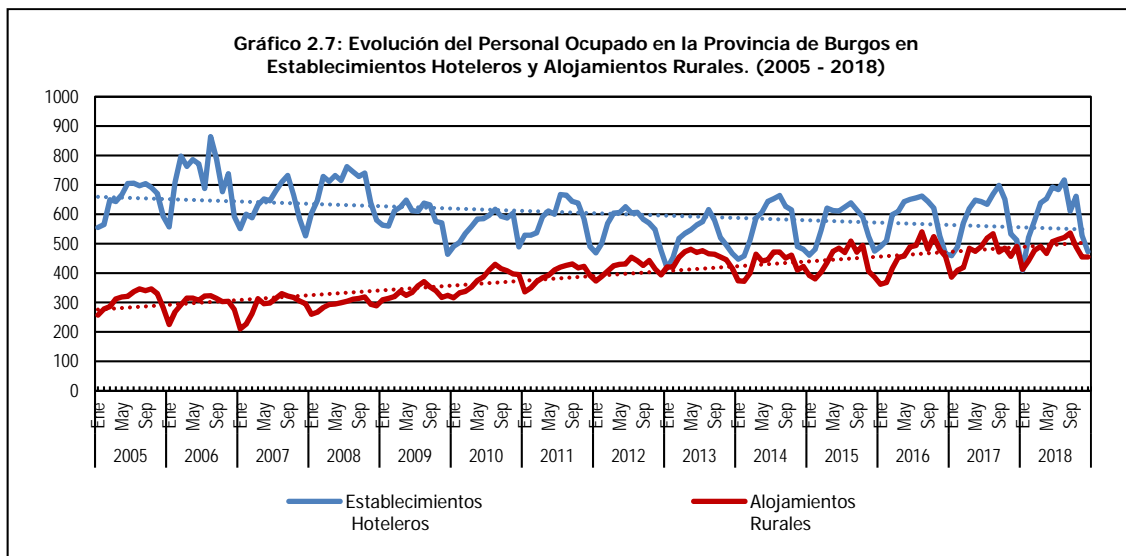
Como podemos ver en el gráfico 2.6 la recuperación en los afiliados a la Seguridad Social también se ha manifestado en el conjunto de sectores, si bien esta recuperación está siendo mayor en el sector de Hostelería, ya que en el total de la economía todavía hoy los índices están aproximándose al 100 en relación con el año 2009, mientras que en hostelería observamos valores en diciembre de 2018 del 112,17%.



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

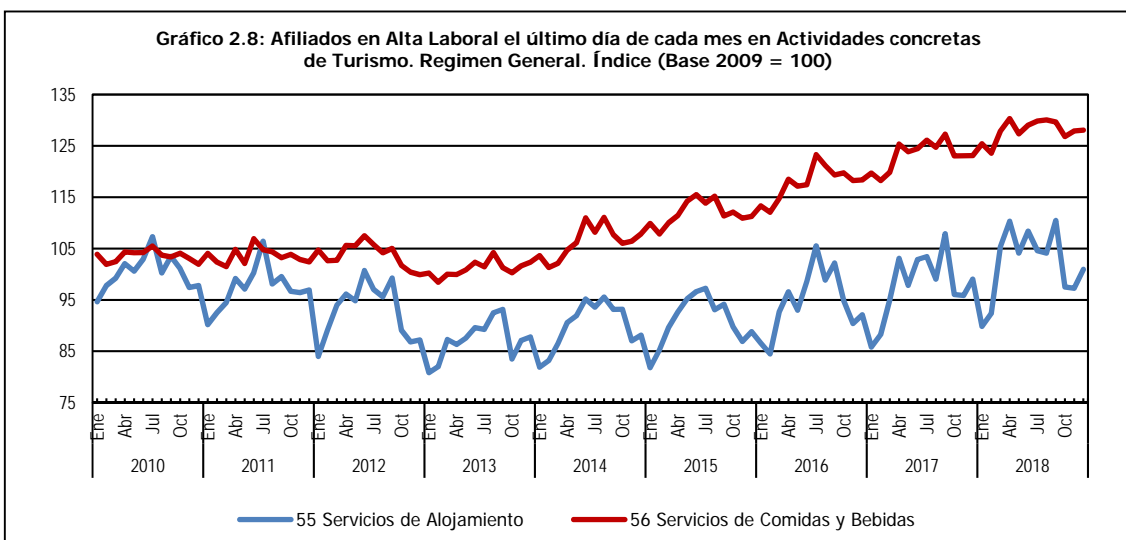
Si consideramos la información proporcionada por el INE en relación con el personal empleado en los establecimientos hoteleros, en sólo la provincia de Burgos (gráfico 2.7), vemos que presenta una tendencia decreciente desde 2005 con una ligera recuperación a partir de 2013. Sin embargo, el personal 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 481 en el año 2018. También se

sigue observando una mayor estacionalidad en el personal empleado en los establecimientos hoteleros que el empleado en los alojamientos de turismo rural.



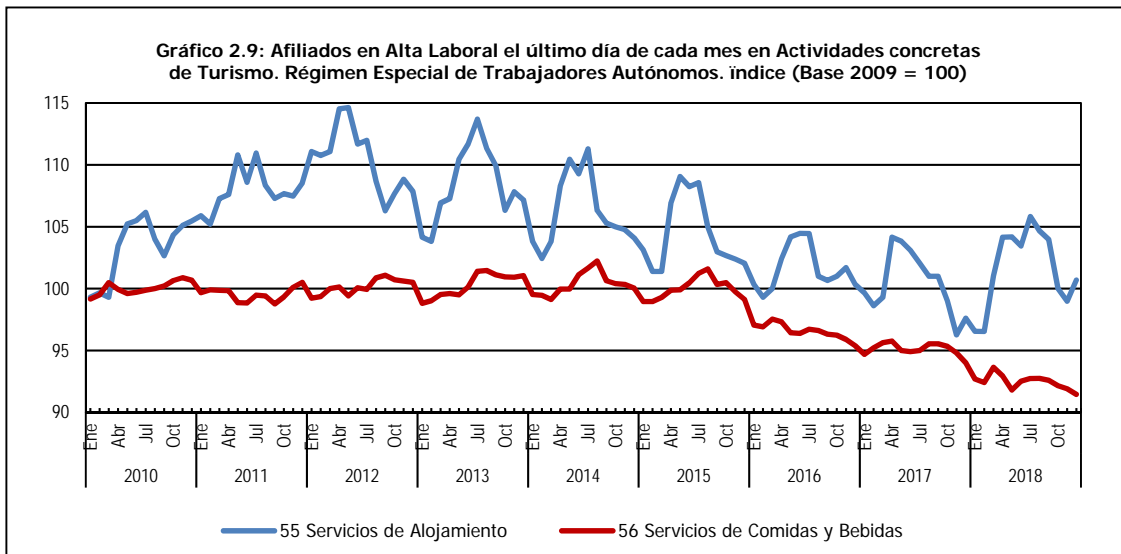
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

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. Si bien en el año 2018 en los servicios de alojamiento se evidencia un incipiente cambio de tendencia en esta caída.



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 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	2924	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.
(*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	1.228	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.	55 Servicios de Alojamiento	290	286	289	296	299	304	305	303	304	303	299	294
Autónomos	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
	Total Hostelería	10.073	10.044	10.376	10.702	10.739	10.778	11.198	10.923	10.955	10.850	10.600	10.588

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.
(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	1.217	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
	Total Hostelería	10.311	10.359	10.615	11.110	11.120	11.157	11.249	11.075	11.435	11.010	10.884	10.883

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 2018.
(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	1.274	1.297	1.492	1.604	1.589	1.666	1.646	1.638	1.626	1.457	1.388	1.379
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	6.295	6.301	6.572	6.719	6.661	6.660	6.652	6.613	6.818	6.660	6.698	6.736
R.E.T. Autónomos	55 Servicios de Alojamiento	279	278	292	301	299	301	309	314	314	300	291	295
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	2.739	2.724	2.763	2.762	2.754	2.780	2.795	2.788	2.760	2.721	2.703	2.694
TOTAL	55 Servicios de Alojamiento	1.553	1.575	1.784	1.905	1.888	1.967	1.955	1.952	1.940	1.757	1.679	1.674
	56 Servicios de Comidas y Bebidas	9.034	9.025	9.335	9.481	9.415	9.440	9.447	9.401	9.578	9.381	9.401	9.430
	Total Hostelería	10.587	10.600	11.119	11.386	11.303	11.407	11.402	11.353	11.518	11.138	11.080	11.104

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 2018 sobre									
Diciem. 2017	3,13	2,97	3,90	-2,06	-2,19	-0,19	1,67	1,39	3,02
Diciem. 2016	7,56	7,54	9,16	-3,47	-4,55	-0,89	4,34	3,67	6,90
Diciem. 2015	14,46	13,31	17,37	-6,79	-6,43	-0,99	7,82	6,68	13,00
Diciem. 2014	18,26	18,66	26,15	-7,53	-8,45	-1,24	9,98	9,13	19,26
Diciem. 2013	23,71	22,97	32,93	-8,63	-8,79	-0,66	12,93	11,52	24,18
Tasa de Variación Interanual en Diciembre									
2018	3,13	2,97	3,90	-2,06	-2,19	-0,19	1,67	1,39	3,02
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

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 2018 sobre									
Diciem. 2017	1,64	2,46	3,68	-0,83	-0,95	1,65	1,15	1,68	3,30
Diciem. 2016	5,07	5,80	8,49	-1,67	-2,24	1,89	3,69	3,91	7,21
Diciem. 2015	8,73	8,82	12,78	-3,02	-3,13	2,74	6,23	5,93	10,79
Diciem. 2014	11,85	12,14	17,12	-3,37	-3,55	4,12	8,54	8,25	14,50
Diciem. 2013	13,29	14,22	20,39	-2,70	-2,76	6,70	9,80	9,97	17,62
Tasa de Variación Interanual en Diciembre									
2018	1,64	2,46	3,68	-0,83	-0,95	1,65	1,15	1,68	3,30
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, Casas del Parque, etc...) de aquellos años que se dispone de información de la provincia de Burgos para cada una de las comarcas. También 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	2018
Oficina de Turismo de Lerma Pasadizo Ducal	O.T.	10.684	10.582	11.224	11.183	13.063	11.606	14.958	17.028	23.617
M ^o San Pedro de Arlanza. Hortigürela	C.E.	12.153	12.080	12.639	12.726	14.296	16.856	17.082	16.645	3.899 ⁽¹⁾
Museo Modúbar-La Recolectión (MUMO)	C.E.							289	133	n.d.
Territorio Arlanza. Quintanilla del Agua*	C.E.					5.000	10.000	20.000	21.100	20.000

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

*Datos estimados. (1) Solo 4 meses, resto cerrado por obras.

Comarca 2: BUREBA - EBRO		VISITANTES								
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oficina de Turismo de Pancorbo	O.T.						2.001	822	1.150	1.178
Oficina de Turismo de Briviesca	O.T.	32.650	32.738	40.445	35.183	35.304	37.715	34.077	36.035	36.103
Oficina de Turismo de Poza de la Sal	O.T.				5.668	8.882	9.563	11.032	12.200	10.808
Oficina de Turismo de Belorado	O.T.			4.351	5.143	4.185	4.995	5.389	5.074	3.219
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	1.422
Centro de Interpretación de Miranda Antigua. CIMA	C.E.				10.144	15.223	15.403	16.265	16.682	18.118
Museo I. Radiocomunicación Inocencio Bocanegra. Belorado	C.E.				4.892	3.958	2.970	3.389	3.371	4.417
Beloraventura. Minas de Manganeso. Puras de Villafranca	C.E.								4.865	3.128
Centro Digital de Promoción Jacobea	C.E.			4.351	5.143	4.185	4.995	5.389	5.074	3.129
Centro de Interpretación de las Reales Salinas. Poza de la Sal	C.E.				2.931	5.093	5.083	5.899	6.407	6.373
Museo Félix Rodríguez de la Fuente										1.434

O.T. = Oficina de Turismo

C.E. = Centro Expositivo



Comarca 3: AMAYA - CAMINO										
VISITANTES										
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oficina de Turismo de Melgar de Fernamental	O.T.								2.458	242
Colegiata de Santa M ^a la Real. Sasamón	C.E.	5.349	4.630	4.130	3.842	3.315	3.664	3.833	4.023	3.847
Centro de Interpretación Pisórica	C.E.								520	865
Museo Etnográfico Municipal Pilar Ramos Guerra	C.E.								491	176
Museo del Petróleo. Sargentos de la Lora	C.E.						1.549	3.364	4.065	4.450
Centro de Interpretación Medievum. Sasamón	C.E.						600	n.d.	n.d.	1.876
Centro de Interpretación Fabulantis. Villadiego	C.E.							550	2.850	n.d.
Peña Amaya	C.E.						4.675	4.477	5.050	n.d.
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	n.d.

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

Comarca 4: SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES										
VISITANTES										
PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oficina de Turismo de Covarrubias	O.T.	30.857	34.041	25.891	18.339	16.595	23.548	29.983	39.719	43.089
Ayuntamiento Hontoria del Pinar	O.T.	9.848	9.904	10.243	10.387	10.765	11.247	11.486	12.389	10.816
Colegiata de Covarrubias	C.E.		40.003	44.147	43.427		15251*	46.933	54.166	45.557
C.P. Lagunas de Neila	C.E.	7.664	9.489	10.300	7.605	8.975	9.939	9.280	10.714	10.788
C.P. Casa de la madera	C.E.	30.751	26.289	17.534	14.951	14.738	15.882	13.449	13.909	11.577
Quintanilla de las Viñas	C.E.	3.196	3.212	3.353	3.636	4.099	4.331	4.809	4.589	4.851
Museo Dinosaurios. Salas de los Infantes	C.E.	10.301	10.370	10.106	10.496	10.383	12.525	11.423	12.331	13.800
Centro de Arqueología Experimental (CAREX)	C.E.		63.702	46.228	50.649	57.710	57.977	54.075	60.473	58.515
Mina Esperanza	C.E.								5.000	4.200
Paleolítico Vivo Salgüero de Juarros	C.E.								700	13.500
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	73.486
Punto de Información de Atapuerca - Mancomunidad Encuentro de Caminos	C.E.						1.369	1.384	1.203	n.d.
Aula del Río de Pineda de la Sierra	C.E.					1.874	1.660	1.616	1.489	1.611
Canteras Históricas de Hontoria	C.E.									490

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

Comarca 5: MERINDADES**VISITANTES**

PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oficina de Turismo de Frías	O.T.	27.909		43.150	32.230	47.304	50.091	64.702	78.837	68.474
Oficina de Turismo de Medina de Pomar	O.T.	12.230	14.618	19.695	19.416	22.864	17.614	17.484	16754	17.357
Oficina de Turismo de Oña	O.T.	10.403	10.391	10.167	9.269	13.254	14.264	14.446	15.892	17.522
Oficina de Turismo de Espinosa de los Monteros	O.T.									5.832
Oficina de Turismo de Villarcayo	O.T.	10.758	15.289	22.547	10.987	8.645	n.d.	n.d.	12.696	10.269
Oficina de Turismo del Valle de Mena	O.T.					7.499	8.505	8.853	n.d.	n.d.
C.P. Monte Santiago.	C.E.	22.155	23.030	20.045	22.658	20.015	16.703	20.331	18.179	19.920
C.P. Ojo Guareña	C.E.	12.461	11.737	8.940	9.073	9.410	9.806	9.911	11.749	10.989
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	14.586
C.P. Natural Montes Obarenes - San Zadornil. Oña.	C.E.		5.976	31.662	15.259	15.029	14.491	13.440	18.198.	11.460
C.P. Natural Montes Obarenes - San Zadornil. San Zadornil.	C.E.						923	10.981	12.110	13.629

O.T. = Oficina de Turismo

C.E. = Centro Expositivo

Comarca 6: RIBERA DEL DUERO**VISITANTES**

PUNTOS DE REFERENCIA		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oficina de Turismo de Peñaranda de Duero	O.T.				17.420	27.229		27.852	8.348	15.222
Oficina de Turismo de Gumiel de Izán	O.T.								1.375	2.108
Baños de Valdearados	C.E.								1.540	958
Monasterio La Vid	C.E.	8.473	8.986	8.254	7.919	23.066	9.385	10.620	10.886	9.347
Palacio Condes Miranda (Palacio de Avellaneda)	C.E.			2.494	12.222	18.307	n.d.	n.d.	14.290	14.889
Ciudad Romana de Clunia Sulpicia	C.E.	9.889	14.347	10.024	10.755	13.984	12.938*	12.263*	16.339	21.756
Centro de Interpretación de los Castillos	C.E.								6.230	n.d.
Parque Arqueológico (Roa de Duero)	C.E.								2.000	1.190
Museo de los Aromas	C.E.			2.921	3.053	n.d.	n.d.	n.d.	2.405	3.205

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	2018
Oficina de Turismo de Burgos	O.T.	81.333	83.375	76.254	90.241	81.811	84.618	81.006	76.869	60.482
Yacimientos Atapuerca*	C.E.	48.953	86.238	63.555	66.996	73.425	72.506	71.506	80.601	76.963
Parque Arqueológico*	C.E.	31.835	63.702	46.228	50.649	57.710	57.977	54.075	60.473	58.515
MEH*	C.E.	154.247	224.167	144.992	140.046	151.941	147.634	148.321	150.430	150.517
Sistema Atapuerca*	C.E.	235.035	374.107	254.776	257.691	283.076	278.117	274.275	291.504	285.995
MEH (con actividades)	C.E.		437.809	301.004	308.340	340.786	336.094	328.350	376.023	407.153
Catedral	C.E.	376.788	330.618	312.810	335.726	347.089	343.214	357.244	393.057	373.449
Monasterio de Santa M ^a la Real de las Huelgas	C.E.	75.459	71.591	65.318	62.756	64.082	61.421	63.880	67.901	64.114
Arco de Santa Maria	C.E.	73.518	85.780	88.842	97.714	90.016	98.459	82.318	91.711	84.536
Monasterio de de San Juan	C.E.	32.579	38.967	42.060	90.953	25.042	46.316	94.770	49.011	39.537
Castillo de Burgos	C.E.	22.911	23.794	17.564	33.412	37.019	41.931	48.456	46.664	64.900
Albergue de Peregrinos	C.E.	28.021	28.906	29.550	30.321	30.391	30.395	30.596	30.036	29.239
CAB	C.E.	26.066	28.220	28.198	26.653	35.334	59.946	71.667	80.733	84.850
Museo de Burgos	C.E.	17.679	20.135	19.518	21.053	22.462	24.282	27.120	80.733	25.595
Museo del libro	C.E.	4.235	10.553	12.228	15.053	18.641	21.746	18.763	n.d.	n.d.
Museo Militar	C.E.						14.684	12.598	14.400	15.015
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	1.186.239
Aeropuerto de Burgos	C.E.	33.595	35.447	21.057	18.905	21.583	8.986	178	5.933	10.341

O.T. = Oficina de Turismo

C.E. = Centro Expositivo

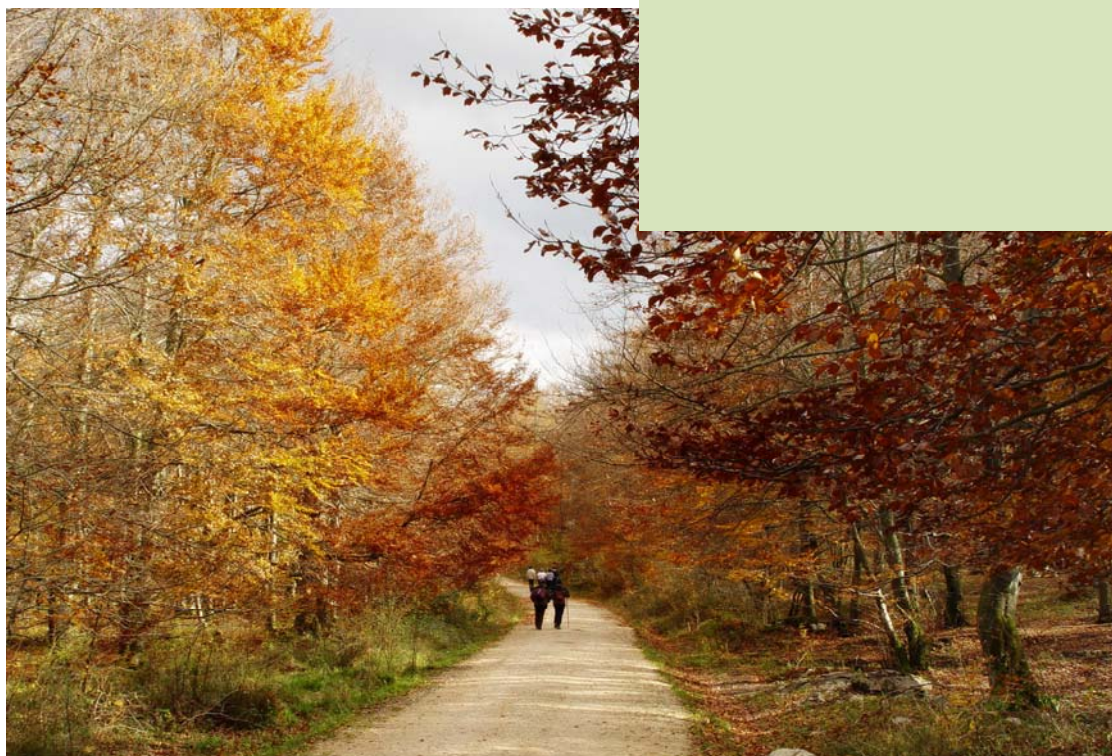
* En el Sistema Atapuerca sólo se incluyen los visitantes NO los asistentes a exposiciones, actividades, ...



4 PERFIL Y PERCEPCIÓN

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

Datos Globales 2018



4. Perfil y Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos

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

En este apartado se recoge el análisis de los datos obtenidos en el **año 2018** 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.

Por otro lado, en los últimos epígrafes se efectúa un análisis comparado de los resultados obtenidos en los años 2014-2017 y 2018, así como los obtenidos en los tres periodos de encuestación en el año 2018.

4.1.1 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha de Realización	Año 2018 (Semana Santa, Julio-Agosto) encuestas de calle. Encuestas de colaboradores (continuas a lo largo de 2018)
Recogida de la información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala Likert (valoración de diferentes aspectos en una escala numérica con un recorrido de 1 (mínimo) a 5 (máximo)).
Metodología	Encuesta presencial en lugares turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de calle realizadas por profesores y becarios. • Encuestas colaboradores de Oficinas de Turismo y otros puntos de interés.
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	1.554 cuestionarios válidos (Ver tabla distribución de la muestra)
Nivel de Confianza	95% para datos globales.
Error Muestral	Error muestral: $\pm 2,486\%$ para datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes al año)).
Ámbito geográfico	Provincia de Burgos (no se incluye la ciudad de Burgos).

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA				
COMARCAS	Nº de Encuestas	Porcentaje (%)	(%) Calle	(%) Colaboradores
Arlanza	232	14,93%	84,48%	15,52%
Bureba-Ebro	187	12,03%	87,70%	12,30%
Amaya-Camino	334	21,49%	47,90%	52,10%
Sierra de la Demanda-Pinares	286	18,40%	54,20%	45,80%
Merindades	321	20,66%	38,94%	61,06%
Ribera del Duero	194	12,43%	64,43%	35,57%
TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS	1.554	100,00%		

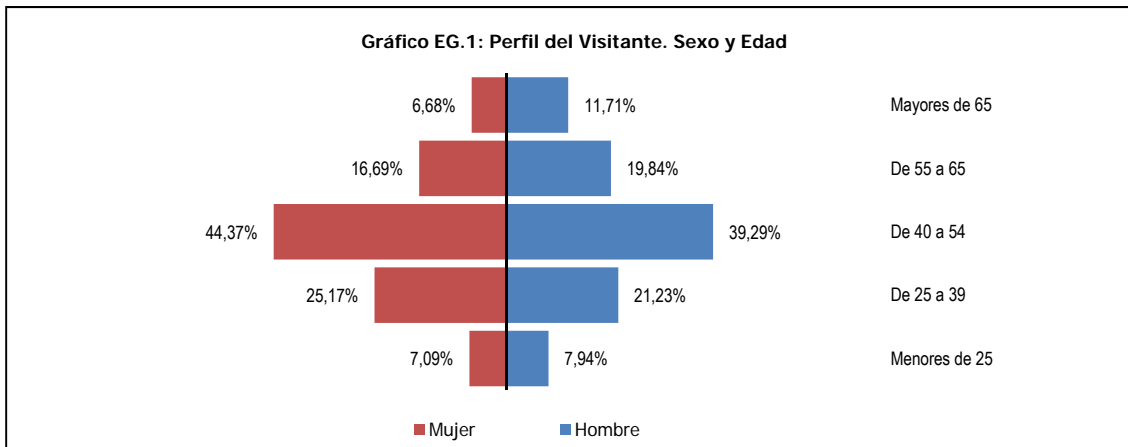
4.1.2 Perfil del Visitante

La tabla EG.1 recoge los datos más relevantes relacionados con el perfil sociodemográfico del visitante, de la provincia de Burgos en el año 2018. Puede observarse que, con carácter general, no se observan grandes diferencias entre el perfil del visitante del 2018. Los aspectos más importantes a destacar son: en cuanto al sexo de los visitantes (Hombre: 41,03% y Mujer: 58,97%), el modo de viaje es principalmente en familia/pareja (45,01% / 30,07%), con un rango de edad entre 40 y 54 años (41,22%), con procedencia más acentuada de España (89,91%) y procede principalmente de Castilla y León (22,89%), Comunidad de Madrid (21,51%) y País Vasco (19,56%), siendo las provincias de procedencia Madrid (21,51%), Burgos (12,75%) y Vizcaya (12,27%).

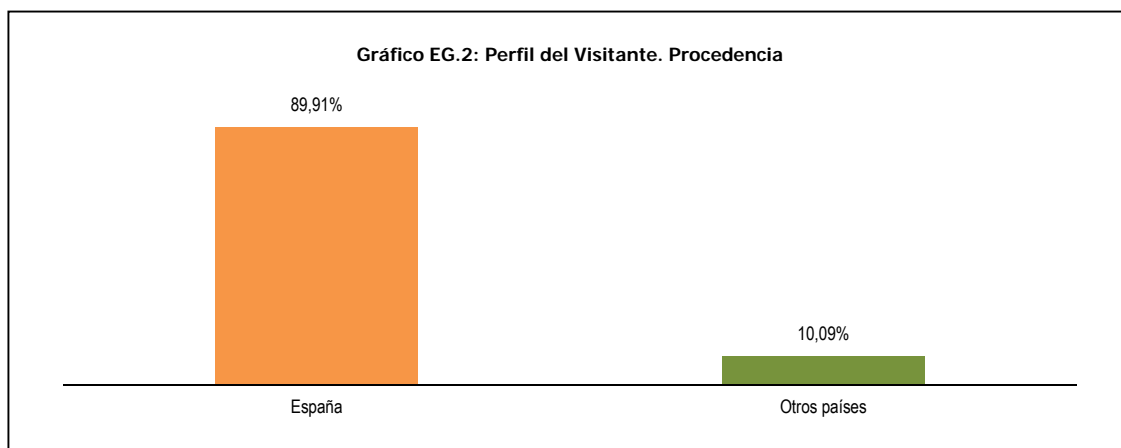
Respecto al nivel de estudios de los visitantes, la mayoría tienen estudios universitarios 67,37%. Sobre la ocupación/profesión, trabaja por cuenta ajena (59,62%), jubilado (13,88%) y trabajador por cuenta propia (11,84%).

Tabla EG. 1: Perfil del Visitante		
Provincia de Burgos		
Sexo	Hombre (41,03%) / Mujer (58,97%)	
Edad	Entre 40 y 54 años (41,22%)	
Nivel de Estudios	Universitarios (67,37%)	
Modo de Viaje	1. En familia (45,01%) 2. En pareja (30,07%) 3. Con amigos (24,19%)	
Ocupación	1. Trabajador por cuenta ajena (59,62%) 2. Jubilado (13,88%) 3. Trabajador por cuenta propia (11,84%)	
Procedencia	España (89,91%)	
	Comunidad	Provincia
	1. Castilla y León (22,89%)	1. Madrid (21,51%)
	2. Comunidad de Madrid (21,51%)	2. Burgos (12,75%)
	3 País Vasco (19,56%)	3. Vizcaya (12,27%)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

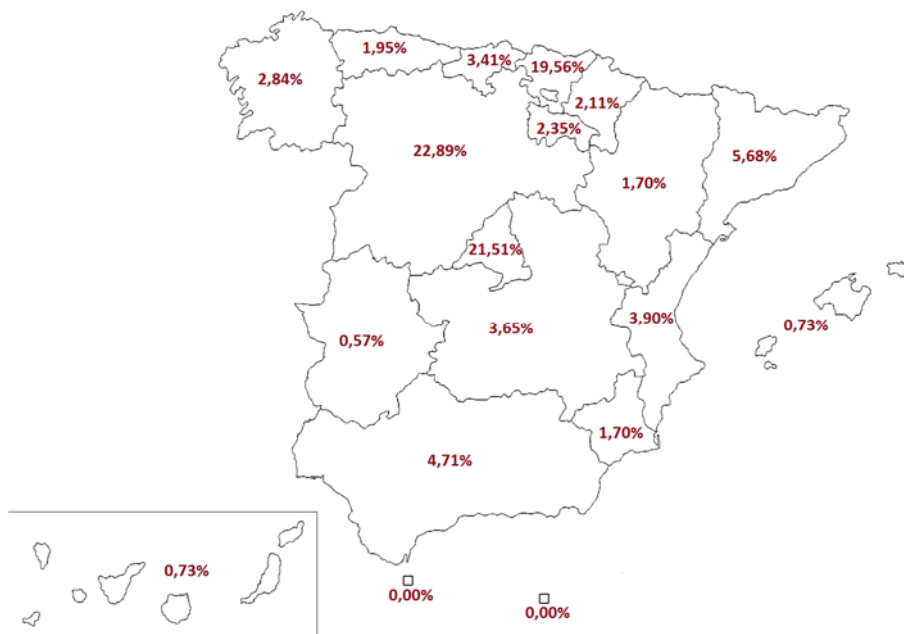


N = 1.492 (96,01% del total)
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



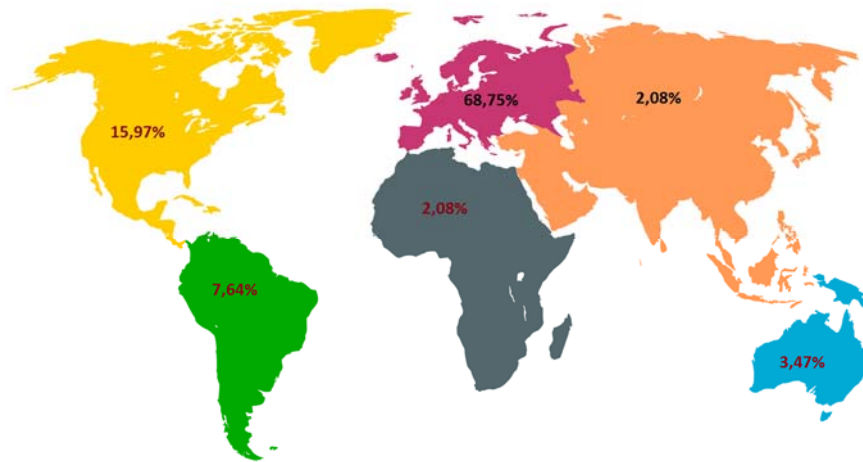
N = 1.476 (94,98% del total)
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



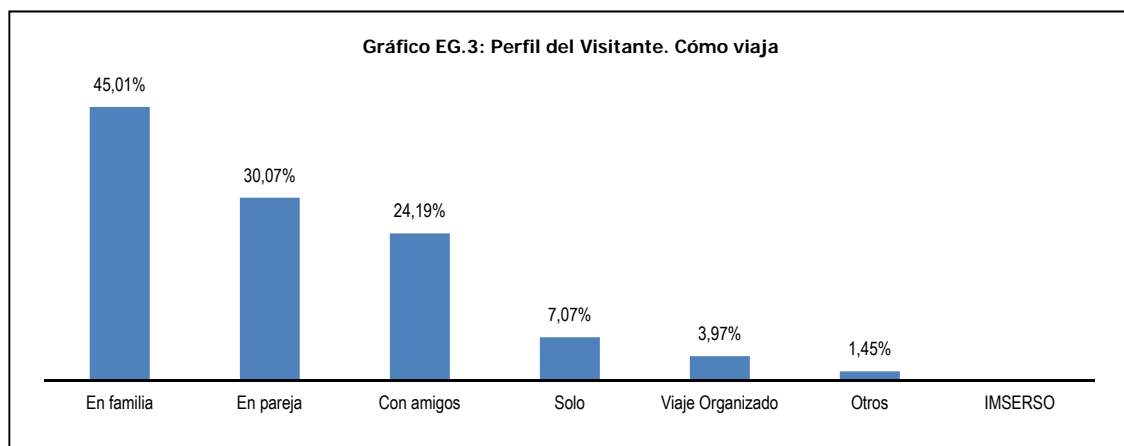
N = 1.232 (92,84% del total procedencia de España)
 Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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



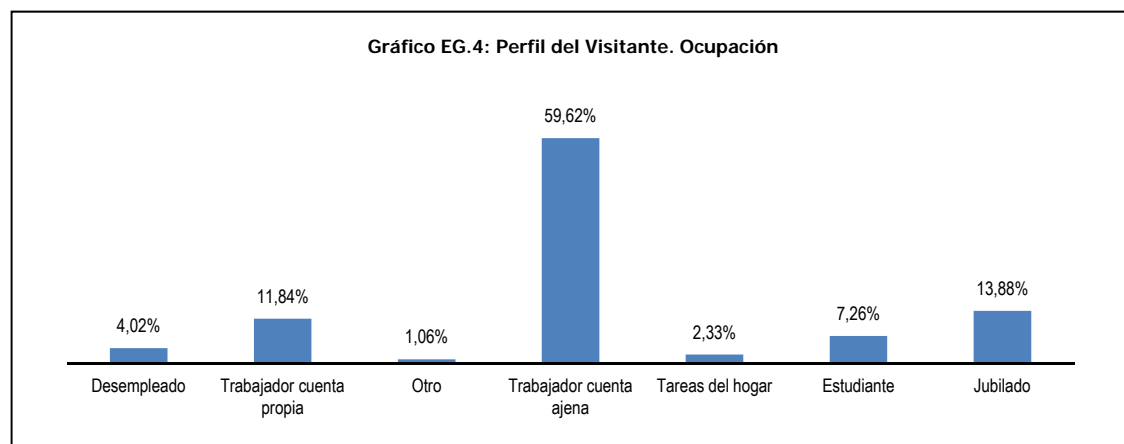
N = 149 (10,09% del total de otros países)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.513 (97,36% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.419 (91,31% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

4.1.3 Preparación de la Visita

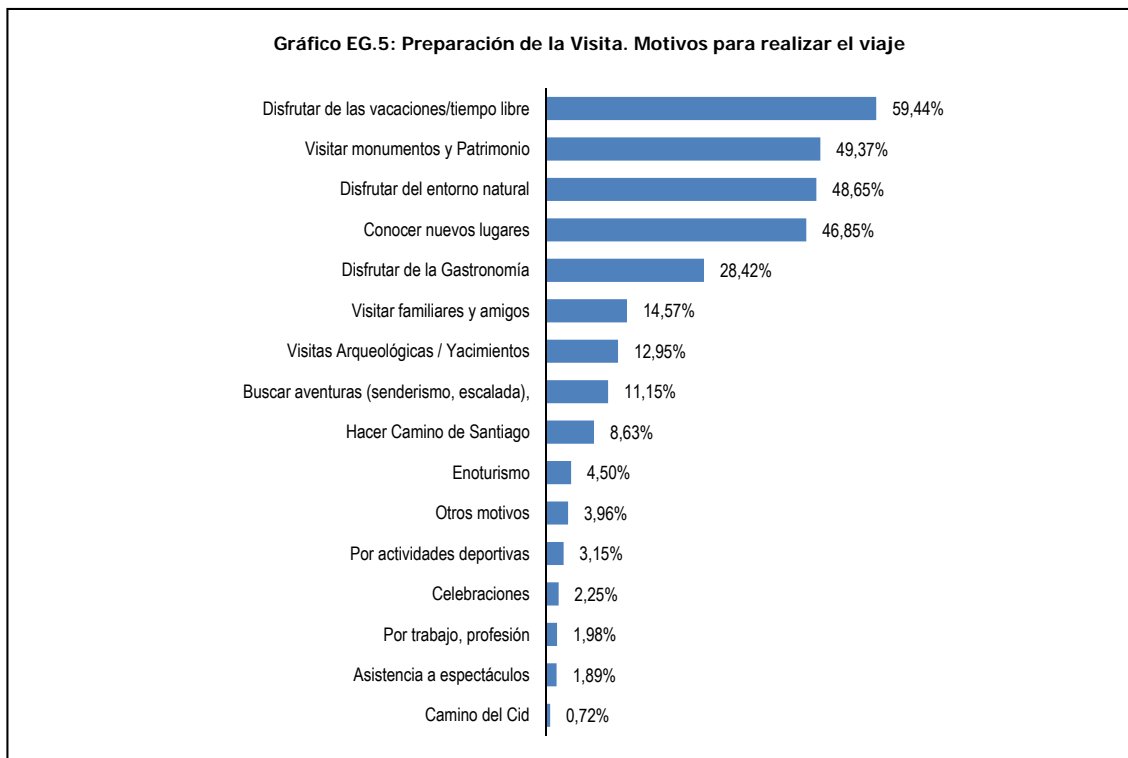
En la tabla EG.2 se incluye una visión general de los aspectos relacionados con la preparación de la visita: motivos, conocimiento previo, transporte, herramientas para contratar, etc.

Tabla EG. 2: Preparación de la Visita		
Provincia de Burgos		
Motivos para realizar el viaje (se muestran % >25%)	1. Disfrutar Vacaciones / Tiempo Libre (59,44%) 2. Visitar Monumentos y Patrimonio (49,37%) 3. Disfrutar Entorno Natural (48,65%) 4. Conocer nuevos lugares (46,85%)	
¿Ha estado antes en Burgos ciudad?	SI (83,78%)	
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	SI (78,28%)	
Conocimiento del destino	1. Amigos / Familia (37,96%) 2. Internet (28,52%) 3. Guías / Folletos (15,58%)	
Tipo de transporte	Coche (81,80%)	
Organización de la visita	1. Sin contratación previa (61,89%) 2. Internet (26,07%)	
¿Ha utilizado internet para...?	Buscar información SI (53,49%)	Contratar / pagar SI (23,68%)
	Portales	
	1. Google (18,21%)	1. Booking (59,0%)
	2. Google Maps (7,23%)	2. Atapuerca (5,6%)
	3. Portales Ayuntamientos (12,43%)	3. TopRural (4,9%)
	4. Booking (13,58%)	3. Trivago. (4,2%)

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 (59,44%), visitar Monumentos y Patrimonio (49,37%), disfrutar del entorno natural (48,65%), conocer nuevos lugares (46,85%) y disfrutar de la gastronomía (28,42%) (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%).

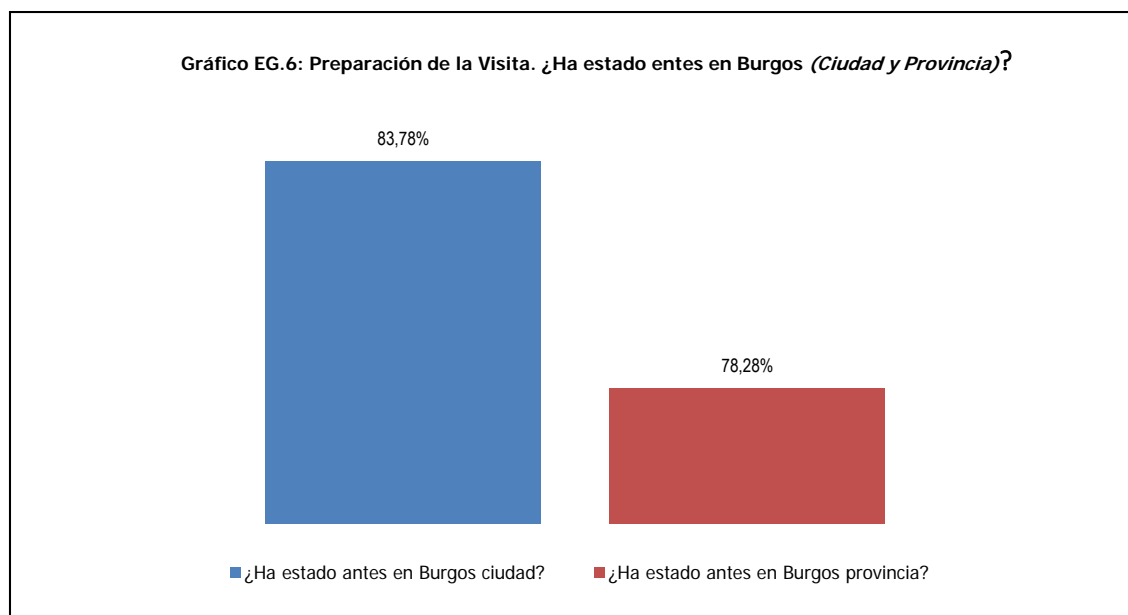




N = 1.112 (71,56% del total)

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 78,28% había estado en la provincia y el 83,78% conocía la ciudad de Burgos (gráfico EG.6); además, un 71,99% ha estado 3 o más veces entre nosotros (tabla EG.3).



Ha estado antes en Burgos Ciudad: N = 1.381 (88,87% del total)

Ha estado antes en Burgos Provincia: N = 1.307 (84,11% del total)

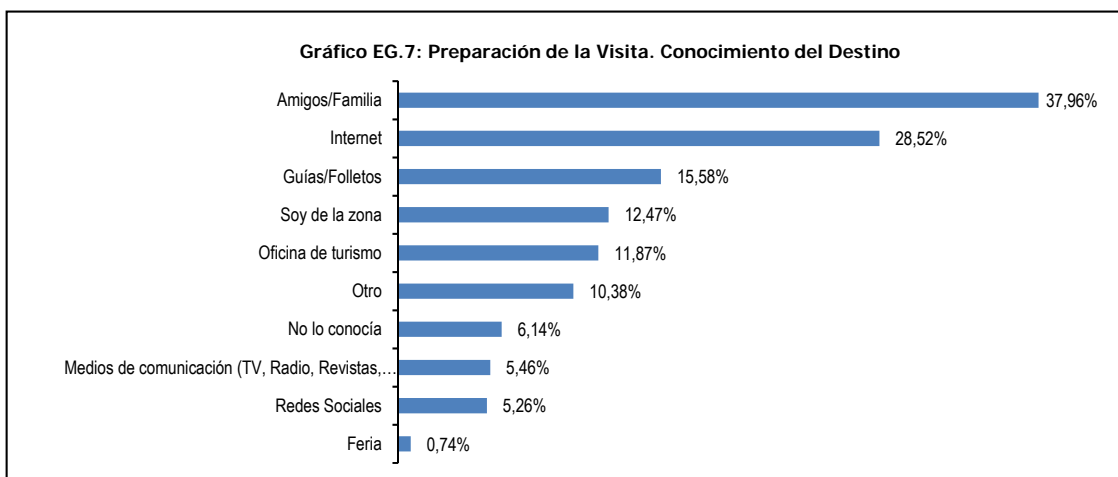
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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

Ha estado en la ...	Ciudad	Provincia
1 vez	18,13%	12,58%
2 veces	20,60%	15,43%
3 ó más veces	61,28%	71,99%

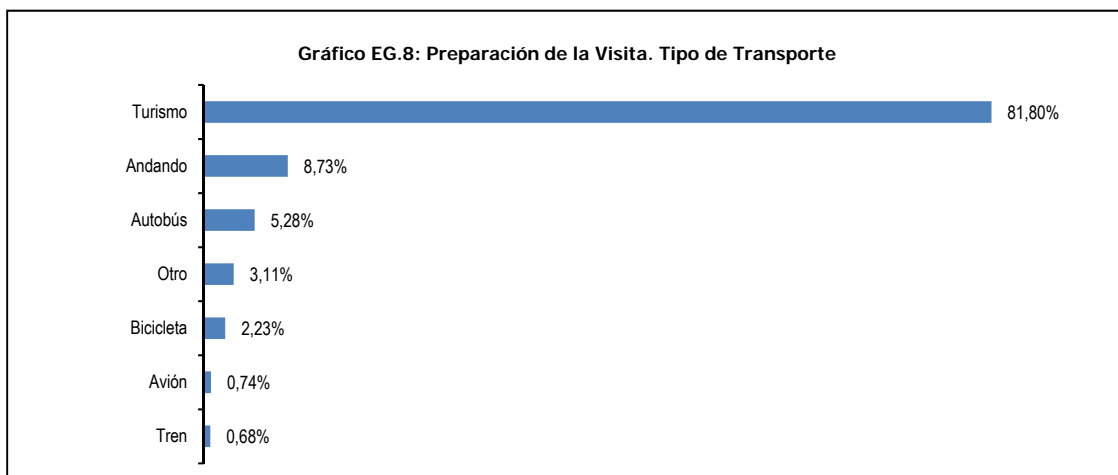
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 (37,96%) e internet 28,52% (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 (61,89%) y utilizando el coche (81,80%). De los que usan internet el 53,49% lo hacen para buscar información y el 23,68% también para contratar o pagar.



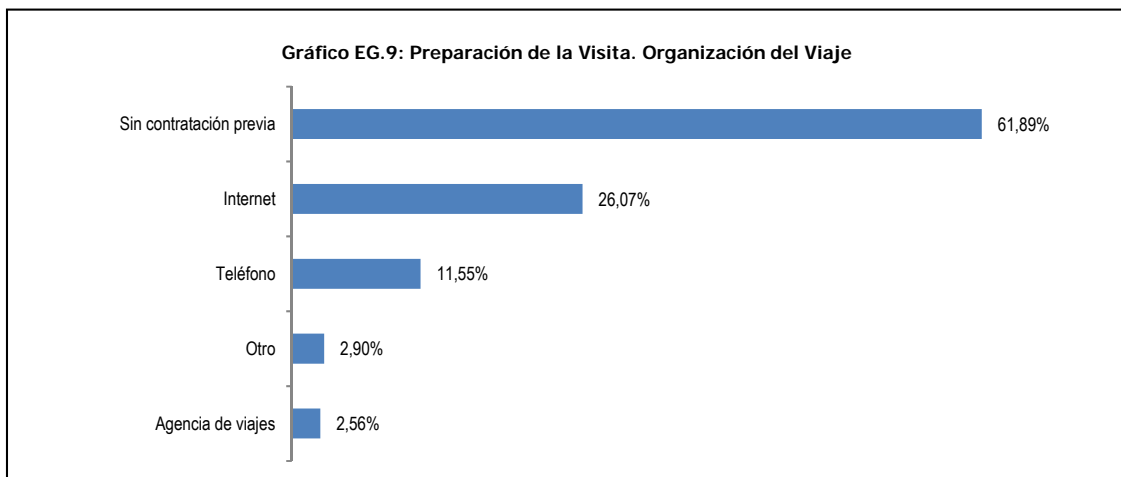
N = 1.483 (95,43% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



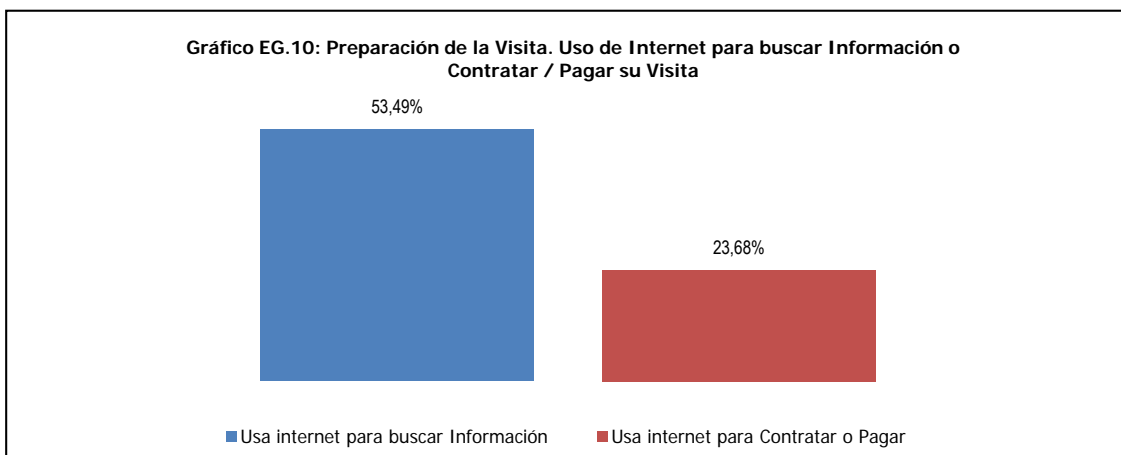
N = 1.478 (95,11% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.446 (93,05% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



Usa Internet para buscar Información: N = 1.477 (95,05% del total)

Usa Internet para Contratar o Pagar: N = 1.368 (88,03% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Del 53,49% de visitantes que usan internet para **buscar información** sobre su visita, lo hacen en los siguientes portales: *Google (18,21%) y Google Maps (7,23%), portales web de ayuntamientos (12,43%), Booking (13,58%), Tripadvisor (9,54%), TopRural (7,23%) y TurismoBurgos (7,23%)*.

Figura 1: Portales de internet utilizados para búsqueda de Información



N = 832 (53,49% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

Sólo el 20% de los visitantes conoce la página web www.turismoburgos.org aunque en su mayoría (87,7%) tienen una buena o muy buena valoración de la misma.

Del 23,68% de visitantes que usan internet para **contratar o pagar** algo relacionado con su visita, lo hacen en los siguientes portales: *Booking (59,0%), Atapuerca (5,6%), Toprural (4,9%) y Trivago (4,2%)*.

Figura 2: Portales de internet utilizados para contratar o pagar



N = 368 (23,68% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

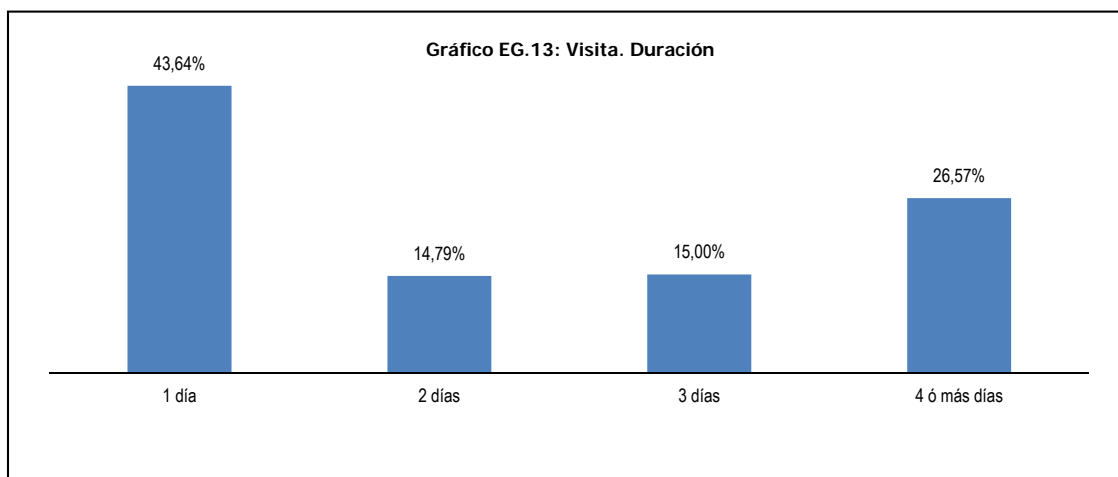
4.1.4 Visita

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

Tabla EG.4: Visita	
Provincia de Burgos	
Duración	1 día (43,64%) y 4 ó más días (26,57%)
Pernoctación	Sí (59,70%)
Tipo principal de alojamiento	1. Hotel (26,12%) 2. Alojamiento Rural (24,26%)
Itinerario realizado	Provincia y Capital (88,38%)
Principales gastos de la visita	1. Restauración (60,13%) 2. Bares / Cafeterías (55,01%) 3. Alojamiento (47,51%)
Gasto total de la visita (€/persona/día)	<30€ (39,64%)
Satisfacción global	4,57 sobre 5
Satisfacción aspectos visita	1. Punto de Información Turística (4,31 sobre 5) 2. Espacio Culturales (4,26 sobre 5) 3. Folletos / Mapas (4,25 sobre 5) 4. Guías Turísticas Locales (4,23 sobre 5)
Incidencias en la visita	1. Infraestructuras y Carreteras (44,60%) 2. Restaurantes y Bares (18,71%)

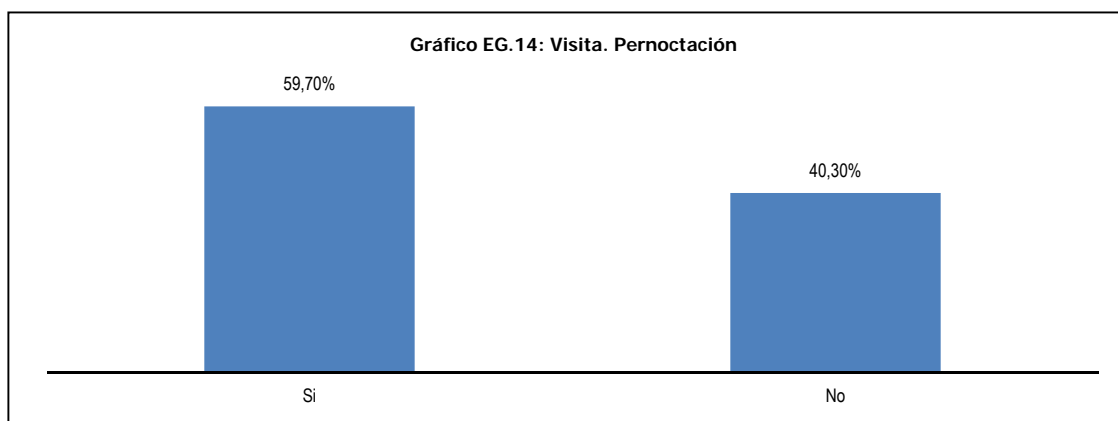
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

La **duración de la visita** de los turistas en el año 2018 no presenta diferencias significativas en relación con 2014 ya que en la provincia permanecieron 4 ó más días el 26,57% y un día permanecieron el 43,64% (gráfico EG.13) frente el 26,7% y el 42,3% respectivamente en 2014. Además, 59,70% de los visitantes de la provincia indican que sí pernoctan en 2018 frente al 68,6% en el año 2014) (gráfico EG.14).



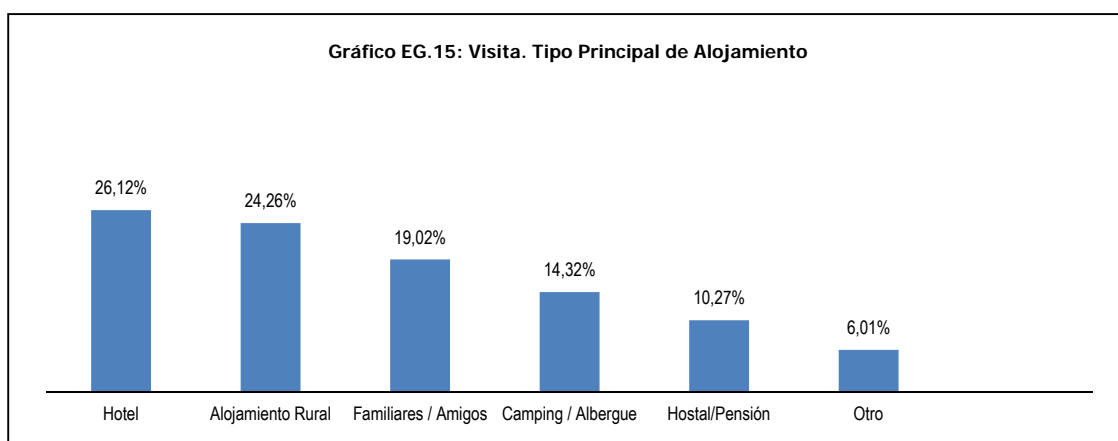
N = 1.400 (90,09% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.407 (90,54% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

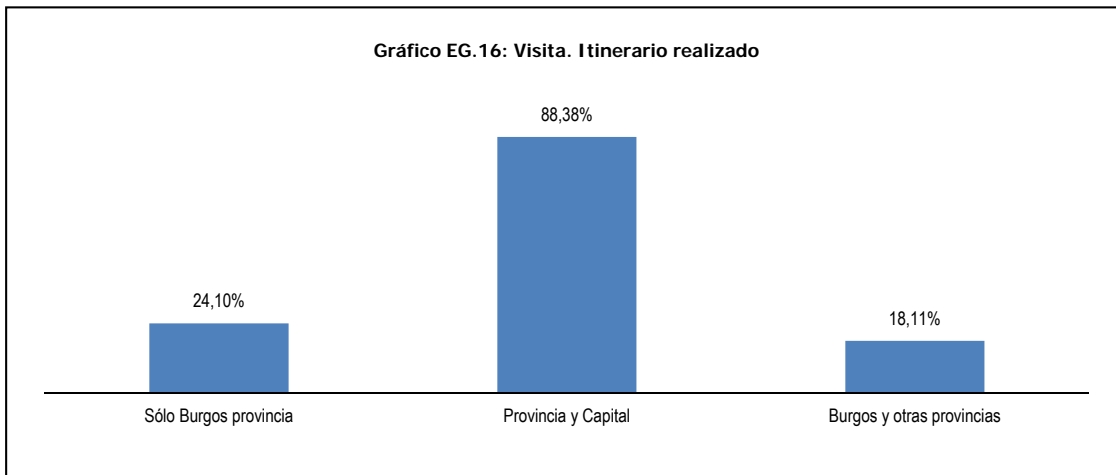


N = 915 (58,88% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

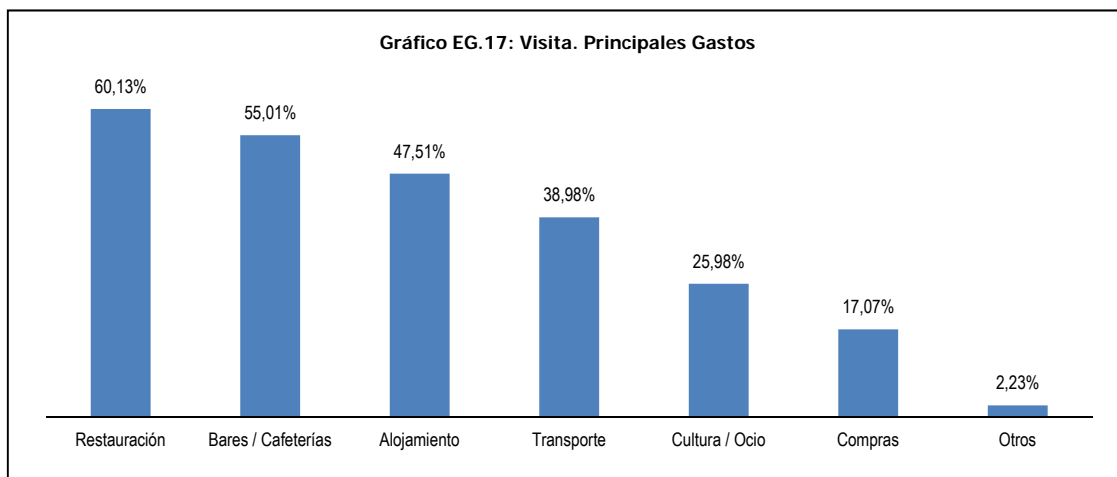
El **tipo de alojamiento** mayoritariamente elegido es en hoteles (26,12%) frente al 24,26% en alojamientos rurales y en 19,02% en casa de familiares y amigos. Los principales gastos se realizan en restauración, bares-cafeterías y alojamiento, por este orden; además, un 24,10% sólo visitan la provincia en este viaje y un 88,38% aprovecha 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€, (78,32 en 2018 y un 60,3% en 2014) entre 61 a 100 € el 12,99% en el año 2018 frente al 27,6% en 2014, lo que pone de manifiesto un descenso en el gasto por persona y día (gráfico EG.18).



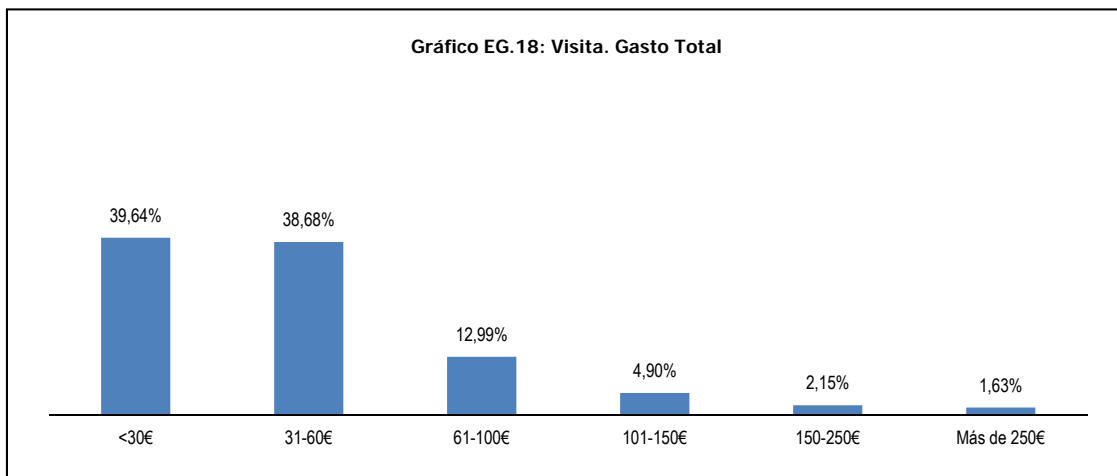
N = 1.810 (89,19% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.347 (86,68% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 1.347 (86,68% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

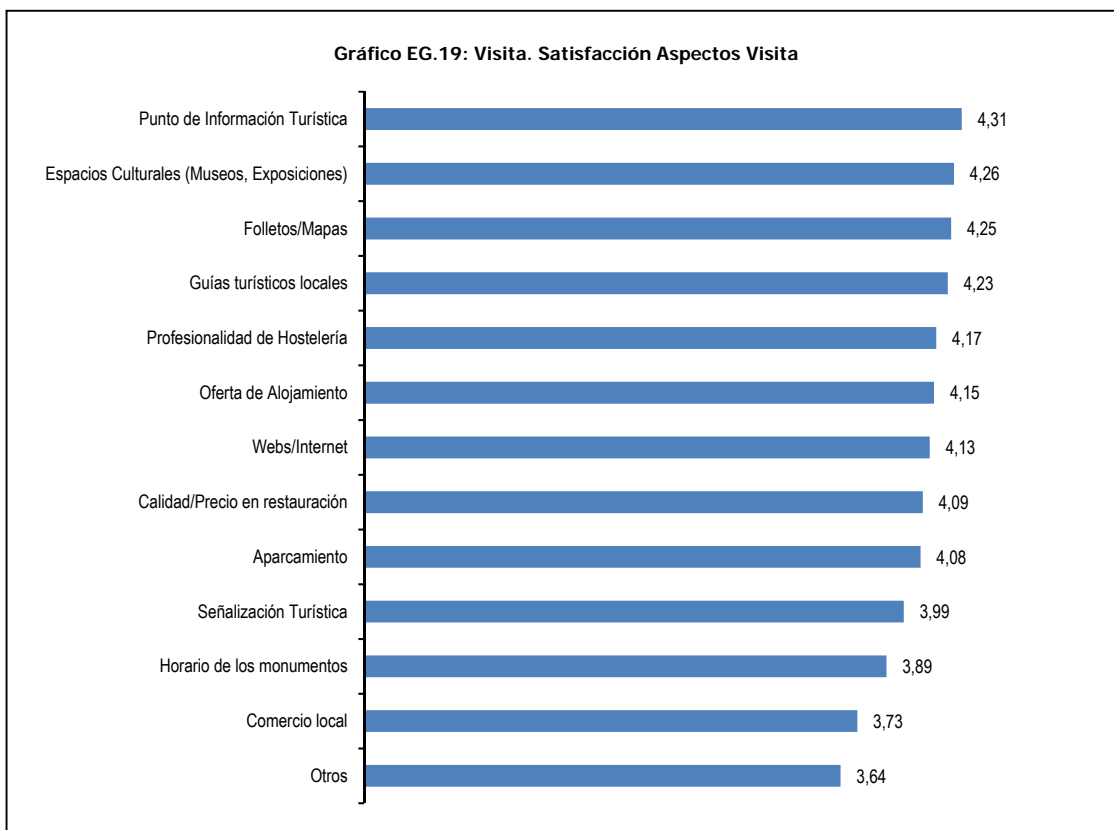
En cuanto a la **satisfacción global** con la visita se ha de destacar que se mantienen las altas valoraciones realizadas por los visitantes en la provincia (tabla EG.5). Sobre una escala de 1 a 5, se ha obtenido una puntuación media de 4,57, igual a la del año 2017, frente al 4,42 obtenido en el año 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
1.153	4,57 sobre 5	0,592

Nota: N = 1.153 (74,20% del total).

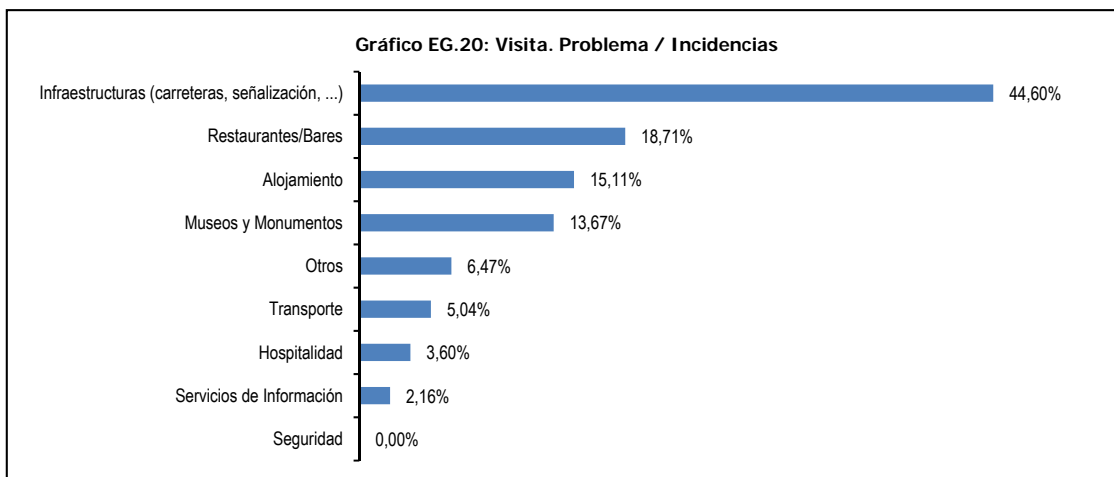
Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

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 (4,31 en 2018 y 4,24 en 2017), espacios culturales (4,26 en 2018 y 4,23 en 2017). Los aspectos con un menor grado de satisfacción entre los visitantes de la provincia son: el comercio local (3,73 en 2018 y 3,96 en 2017), el horario de los monumentos (3,89 en 2018 y 3,81 en 2017); 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 oferta de alojamientos ya que en 2017 era de 3,98 y en el 2018 ha pasado al 4,15 (gráfico EG.19). A pesar de este elevado grado de satisfacción, las principales incidencias están relacionadas en esta ocasión con las infraestructuras y carreteras, los restaurantes y bares, los alojamientos y los museos y monumentos, mientras que en 2017 estaban relacionados con los museos y monumentos, los alojamientos y los servicios de información (gráfico EG.20).



N = 1.359 (87,45% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB



N = 139 (8,94% 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 aspectos a mejorar y aquellas observaciones que los visitantes consideran oportunas.

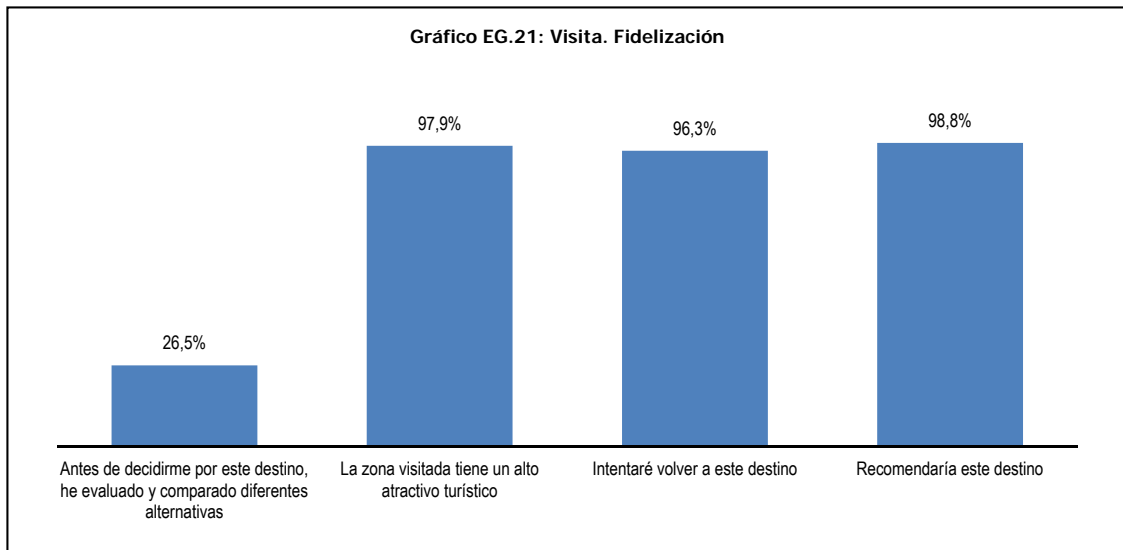
La conclusión al analizar estos elementos son los altísimos porcentajes obtenidos de fidelización, destacando que el 98,80% de los visitantes de la provincia recomienda Burgos como destino turístico (tabla EG.6 y gráfico EG.21); así mismo se mantienen muy elevados los porcentajes del potencial de atracción turística que tiene la provincia (tabla EG.6).

Tabla EG.6: Fidelización			
Provincia de Burgos	2014	2017	2018
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas N = 1.409 (90,67% del total)	25,60%	32,30%	26,50%
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico N = 1.427 (91,83% del total)	97,10%	98,80%	97,90%
Intentaré volver a este destino N = 1.403 (90,28% del total)	95,30%	96,80%	96,30%
Recomendaría este destino N = 1.440 (92,66% del total)	99,20%	99,20%	98,80%

N = sólo se muestran los datos poblacionales para el año 2018.

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB





N = 1.423 (92,70% 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 70,40% nos indica algún motivo por el que **recomendaría visitar** la provincia de Burgos, destacando:

Figura 3: Recomendaciones para visitar la provincia de Burgos



N = 1.094 (70,40% del total)

Fuente: Encuesta de Percepción. OTB

4.1.7 Análisis Comparativo del Perfil y Percepción del Visitante de la Provincia de Burgos (2014 – 2017 - 2018)

A continuación, se analizan de manera comparativa los datos obtenidos, para **los años 2014, 2017 y 2018**, 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 -2σ ;- aproximadamente: 95%)
Diferencias menos significativas	nivel de $p < 0,32$ (nivel de confianza de una desviación típica -1σ ;- 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

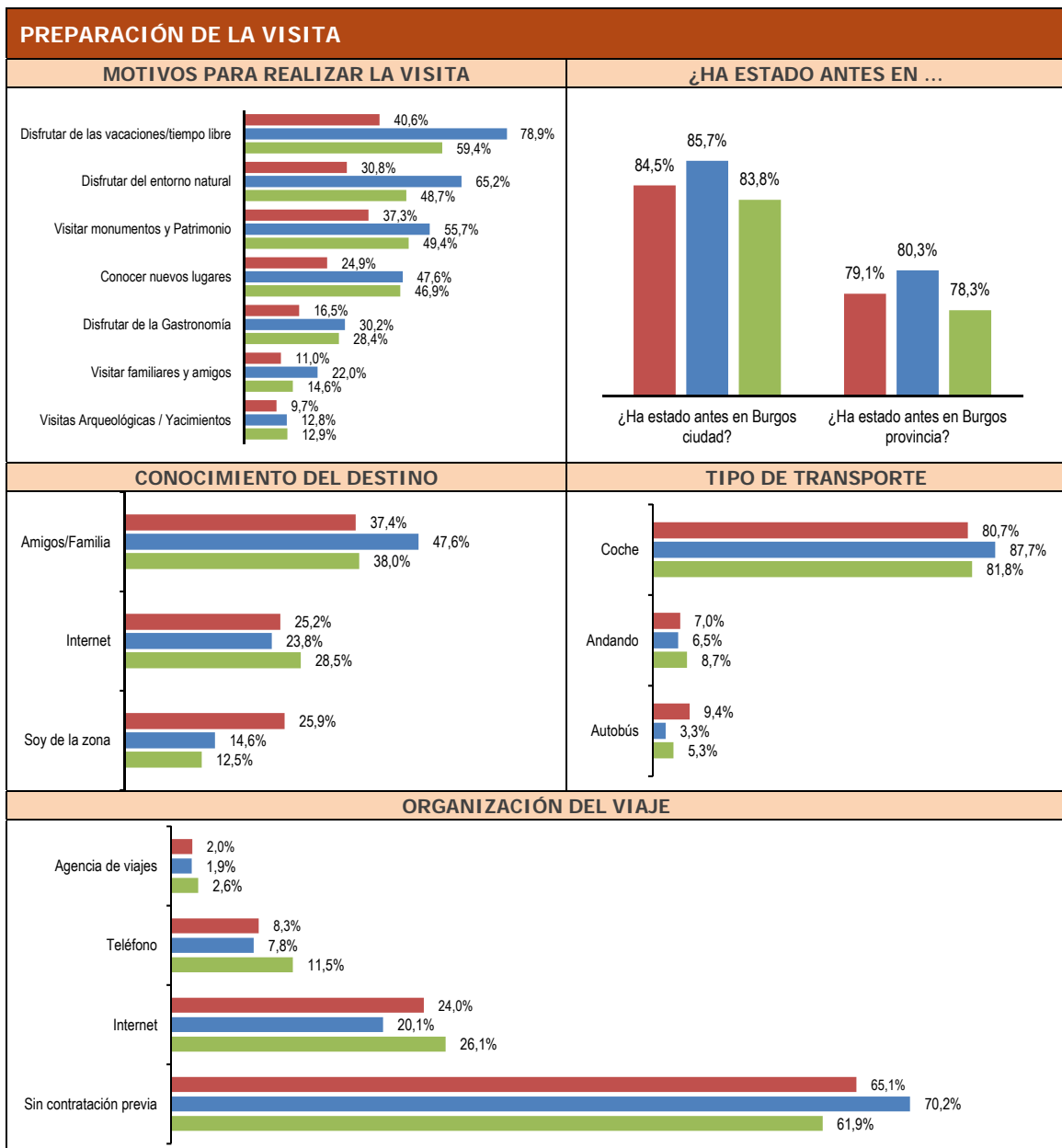
En **Azul**: corresponde con los valores medios obtenidos en el año 2017

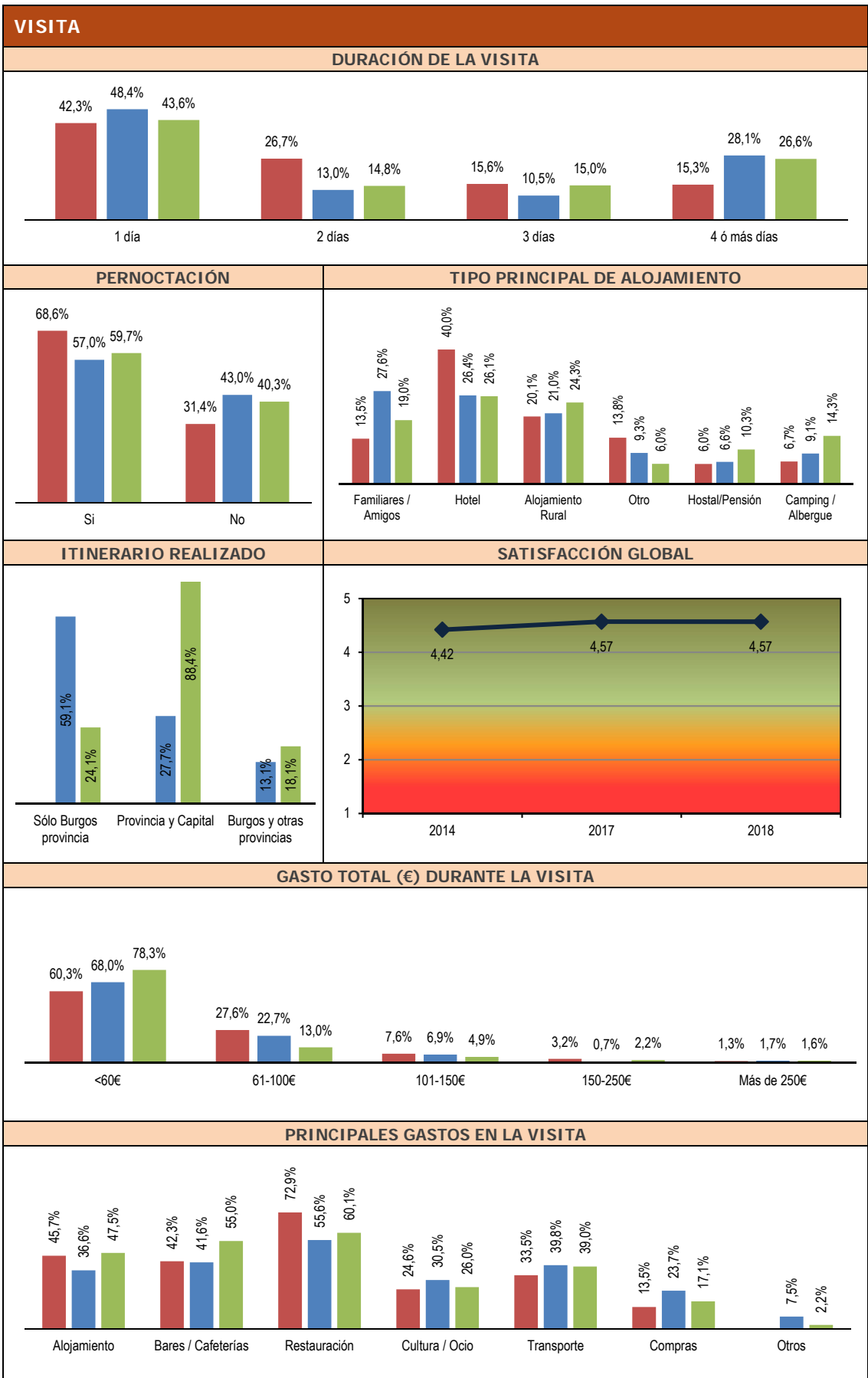
En **Verde**: corresponde con los valores medios obtenidos en el año 2018

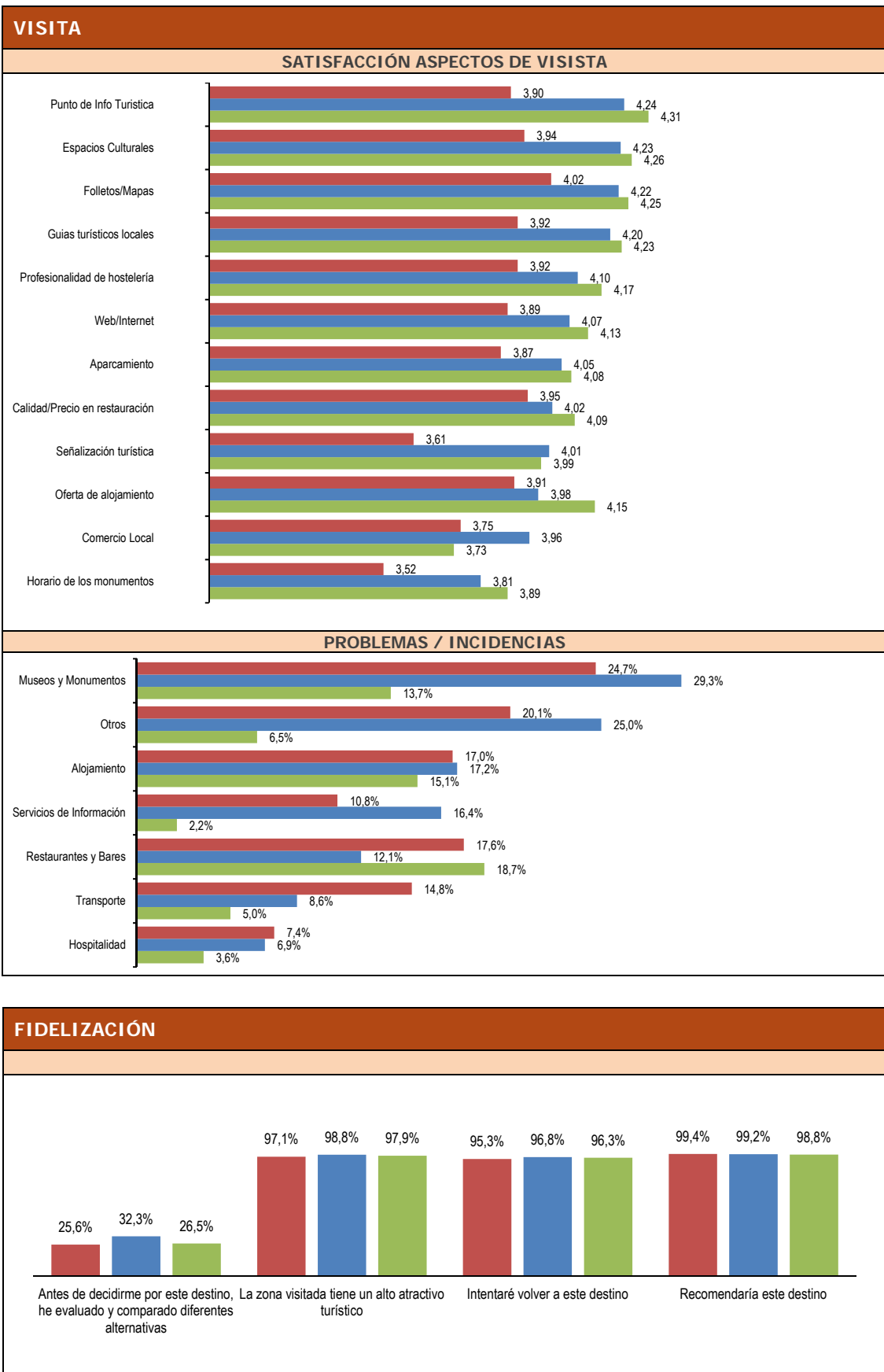


En **Rojo**: ejercicio 2014, en **Azul**: ejercicio 2017 y en **Verde**: ejercicio 2018.









EVOLUCIÓN HISTÓRICA SATISFACCIÓN CON ÍTEMES COINCIDENTES EN PROVINCIA																																																					
<p>Señalización Turística</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,13</td><td>3,94</td><td>3,92</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,55	3,67	3,58	3,65	3,60	3,81	3,99	4,03	4,00	4,13	3,94	3,92	<p>Espacios Culturales (Museos, Exposiciones,...)</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,39</td><td>4,17</td><td>4,25</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,67	3,99	4,15	3,90	3,88	4,01	4,16	4,30	4,16	4,39	4,17	4,25
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,55	3,67	3,58	3,65	3,60	3,81	3,99	4,03	4,00	4,13	3,94	3,92																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,67	3,99	4,15	3,90	3,88	4,01	4,16	4,30	4,16	4,39	4,17	4,25																																									
<p>Profesionalidad de Hostelería</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,19</td><td>4,17</td><td>4,14</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,88	3,99	4,03	3,90	3,80	4,00	4,07	4,12	4,11	4,19	4,17	4,14	<p>Punto de Información Turística</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,09</td><td>4,31</td><td>4,44</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,91	4,01	3,90	3,95	3,84	3,91	4,27	4,24	4,20	4,09	4,31	4,44
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,88	3,99	4,03	3,90	3,80	4,00	4,07	4,12	4,11	4,19	4,17	4,14																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,91	4,01	3,90	3,95	3,84	3,91	4,27	4,24	4,20	4,09	4,31	4,44																																									
<p>Horario de los Monumentos</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>3,68</td><td>3,94</td><td>4,00</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,49	3,63	3,51	3,53	3,51	3,67	3,78	3,97	3,58	3,68	3,94	4,00	<p>Oferta de Alojamiento</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,19</td><td>4,12</td><td>4,17</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,88	4,01	3,88	3,89	3,94	4,06	4,03	4,01	3,90	4,19	4,12	4,17
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,49	3,63	3,51	3,53	3,51	3,67	3,78	3,97	3,58	3,68	3,94	4,00																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,88	4,01	3,88	3,89	3,94	4,06	4,03	4,01	3,90	4,19	4,12	4,17																																									
<p>Guía Turísticos Locales</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,39</td><td>4,29</td><td>4,08</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,97	4,27	4,14	3,87	3,86	4,36	4,07	4,28	4,20	4,39	4,29	4,08	<p>Calidad / Precio en Restauración</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,10</td><td>4,13</td><td>4,01</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,80	3,99	4,07	3,90	3,77	3,86	4,02	4,00	4,06	4,10	4,13	4,01
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,97	4,27	4,14	3,87	3,86	4,36	4,07	4,28	4,20	4,39	4,29	4,08																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,80	3,99	4,07	3,90	3,77	3,86	4,02	4,00	4,06	4,10	4,13	4,01																																									
<p>Webs / Internet</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,26</td><td>4,13</td><td>3,98</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,77	3,98	4,10	3,83	3,78	4,04	3,95	4,08	4,18	4,26	4,13	3,98	<p>Aparcamiento</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,11</td><td>4,10</td><td>3,98</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,77	4,16	4,04	3,80	3,81	4,14	3,89	4,05	4,19	4,11	4,10	3,98
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,77	3,98	4,10	3,83	3,78	4,04	3,95	4,08	4,18	4,26	4,13	3,98																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,77	4,16	4,04	3,80	3,81	4,14	3,89	4,05	4,19	4,11	4,10	3,98																																									
<p>Comercio Local</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>3,79</td><td>3,52</td><td>3,97</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,57	3,89	4,07	3,68	3,66	3,90	4,05	3,90	3,94	3,79	3,52	3,97	<p>Folletos / Mapas</p> <table border="1"> <tr><th>Periodo</th><td>Jn-Sp 13</td><td>Oct13-En14</td><td>Fe-My 14</td><td>Jn-Sp 14</td><td>Oct14-En15</td><td>Fe-My 15</td><td>Fe-My 17</td><td>Jn-Sp 17</td><td>Oct-Dic 17</td><td>Fe-My 18</td><td>Jn-Sp 18</td><td>Oct-Dic 18</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><td>4,23</td><td>4,31</td><td>4,19</td></tr> </table>	Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18	Valor	3,90	4,18	4,11	4,05	3,91	4,06	4,21	4,25	4,20	4,23	4,31	4,19
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,57	3,89	4,07	3,68	3,66	3,90	4,05	3,90	3,94	3,79	3,52	3,97																																									
Periodo	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	Fe-My 18	Jn-Sp 18	Oct-Dic 18																																									
Valor	3,90	4,18	4,11	4,05	3,91	4,06	4,21	4,25	4,20	4,23	4,31	4,19																																									



Variaciones más significativas

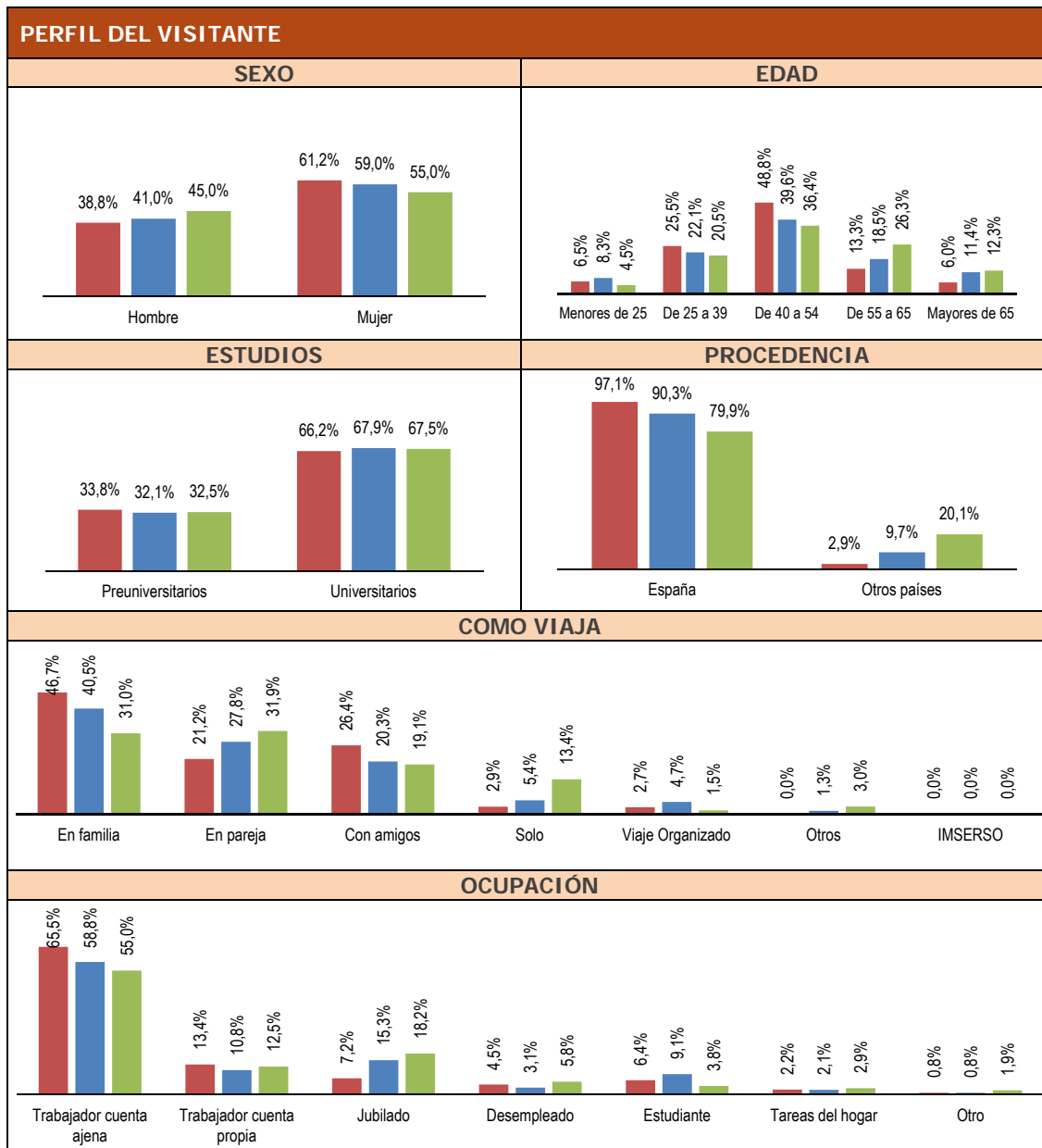
En un análisis de la comparativa de los resultados del perfil y la percepción del visitante de la provincia de Burgos en los años 2017 y 2018 se observa que ha aumentado la proporción de visitantes mujeres pasando del 53,4% al 59,0%, así como los menores de 25 años del 4,0% al 7,1% y los mayores de 65 del 8,3% frente al 10,3%; en relación con el nivel de estudios en 2018 se ha incrementado en 5,4 puntos porcentuales (p.p.) el que posee estudios universitarios para situarse en los niveles de 2014, mientras que la procedencia sigue siendo mayoritariamente nacional próximo al 90%.

Si consideramos el motivo de la visita vemos que en 2017 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; presentando en este último caso valores similares en 2018, mientras que ha descendido el porcentaje de los que manifiestan su interés por el entorno natural y el Patrimonio; también ha disminuido en 7 p.p. el uso del coche como medio de transporte utilizado y en 4,7 p.p. el conocimiento del destino a través de internet.

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; manteniéndose este mismo valor en 2018. Se ha producido un incremento en la satisfacción en todos los aspectos considerados, destacando los valores obtenidos en la oferta de alojamiento turístico, los puntos de información turística, los espacios culturales, 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 sostenida en el tiempo desde que comenzamos el estudio en verano del año 2013. 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.

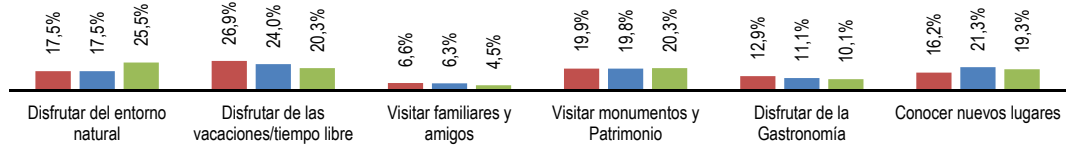
4.1.8 Análisis del Perfil y la Percepción de los Visitantes. Comparativa por periodos en 2018

En **Rojo**: de Febrero a Mayo de 2018, en **Azul**: de Junio a Septiembre de 2018 y en **Verde**: de Octubre a Diciembre de 2018.

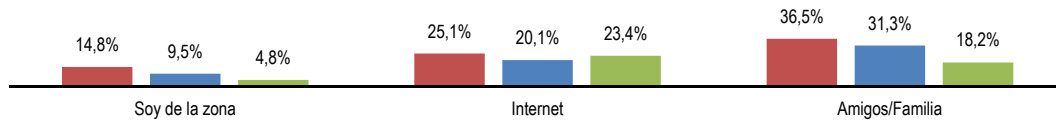


PREPARACIÓN DE LA VISITA

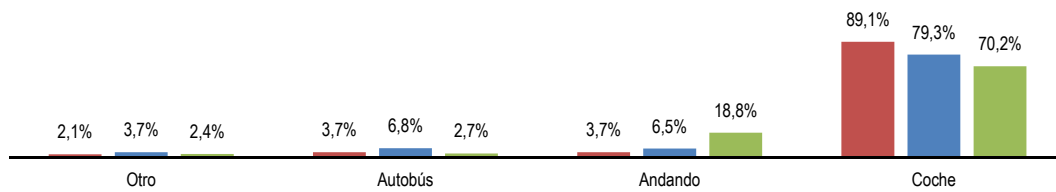
MOTIVOS PARA REALIZAR LA VISITA



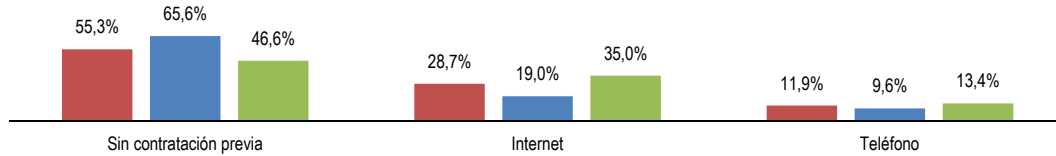
CONOCIMIENTO DEL DESTINO



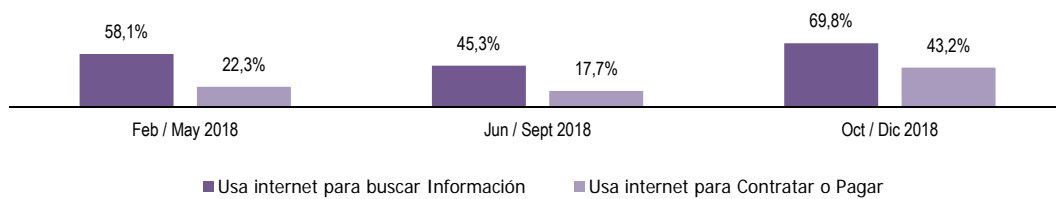
TIPO DE TRANSPORTE

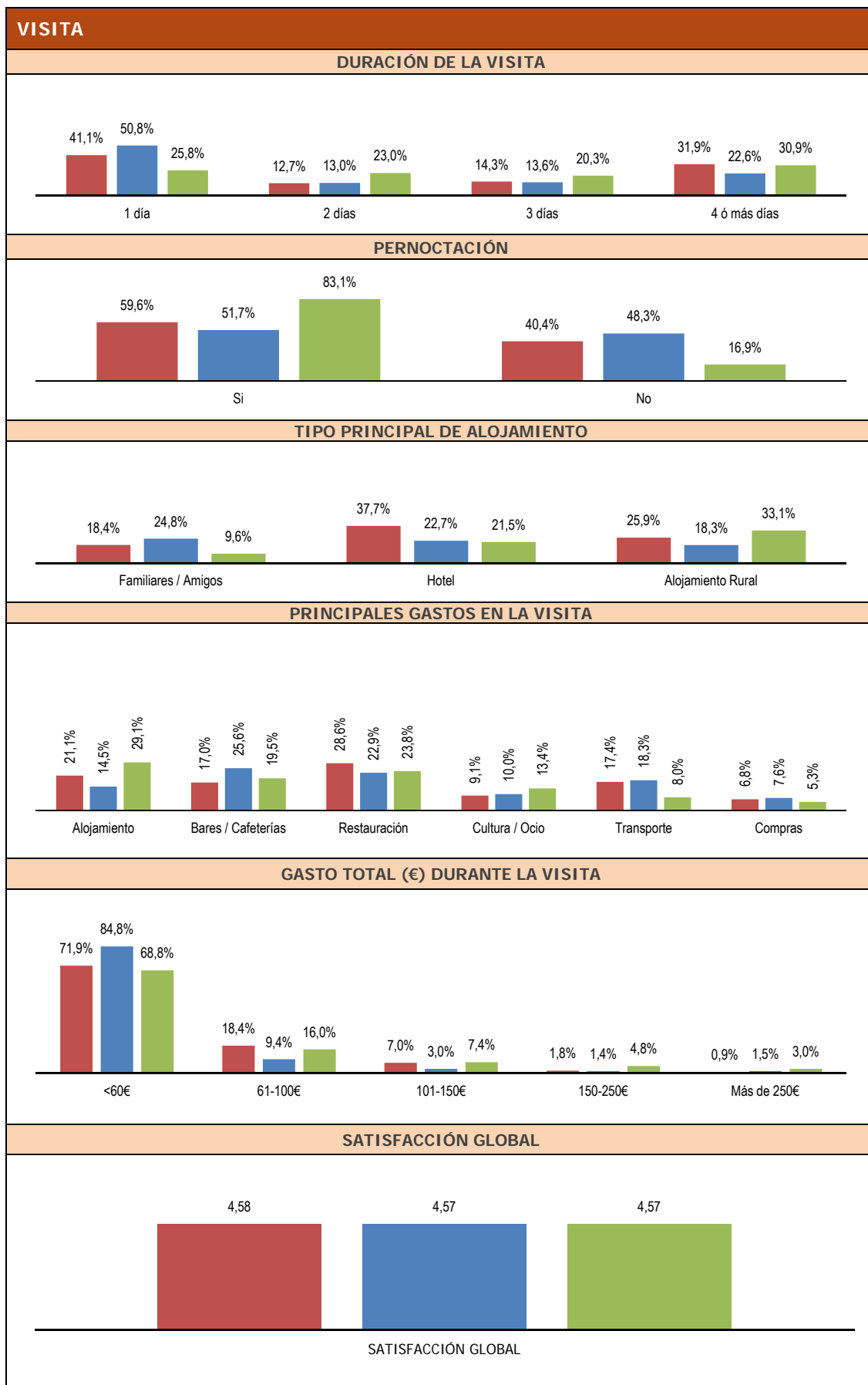


ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

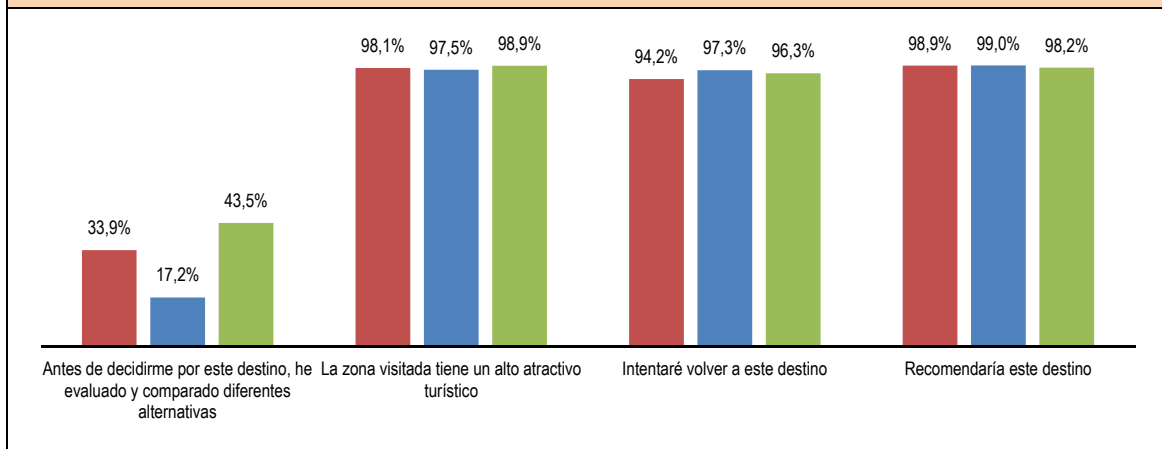


USO DE INTERNET PARA LA ORGANIZACIÓN / CONTRATACIÓN DE SUS VISITA





FIDELIZACIÓN



5 ANÁLISIS COMARCAL

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

Datos Globales 2014 - 2018



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

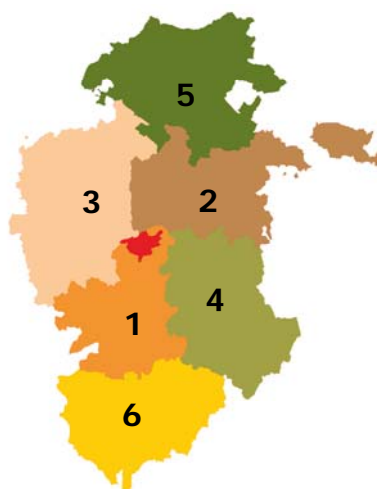
Para ello se han tenido en cuenta la agregación de los cuestionarios de los tres periodos de encuestación del año 2018 contabilizándose un total de 1.554 cuestionarios válidos, por lo que los resultados totales de la provincia presentan un nivel de confianza del 95% y un error muestral del $\pm 2,486\%$ para los resultados presentados.

En cada una de las comarcas se especifica la ficha técnica, el perfil del visitante y los porcentajes de las principales categorías relacionadas con la preparación de la visita; una vez analizada la visita, abordamos 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 (97,9%); intenta volver al destino (96,3%) y si recomendaría el destino (98,8%).

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



5.1.1 ARLANZA

FICHA TÉCNICA

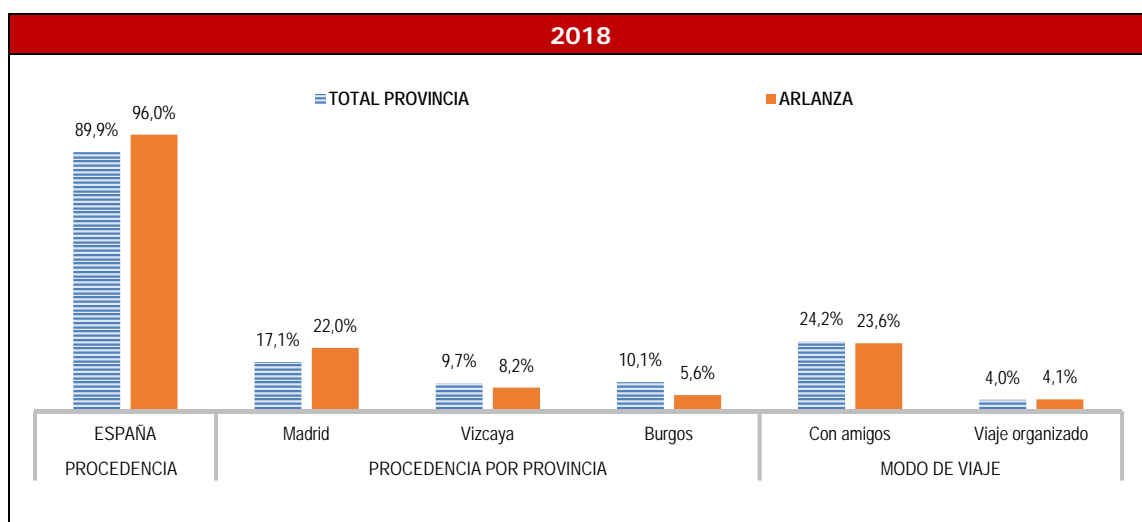
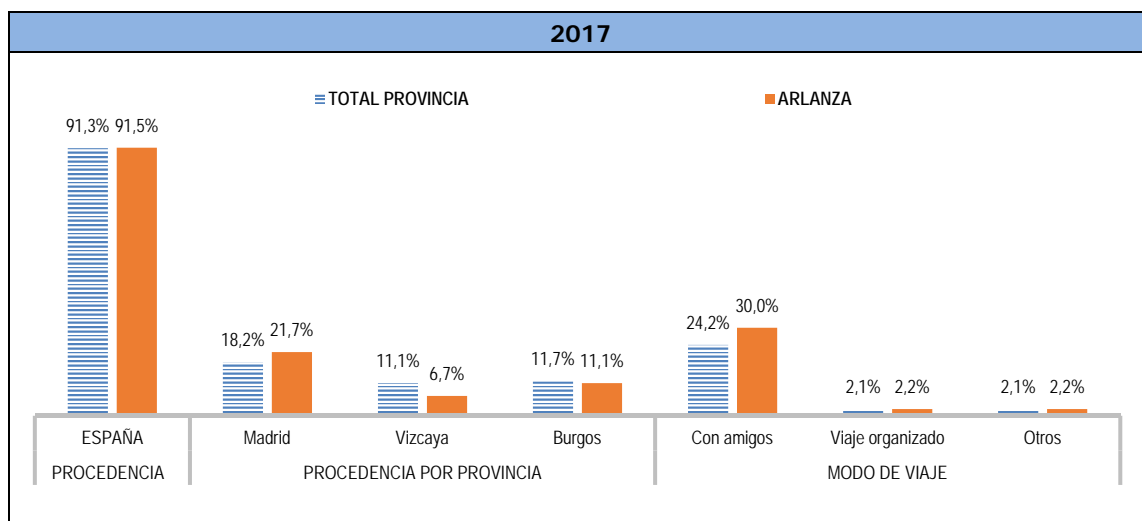
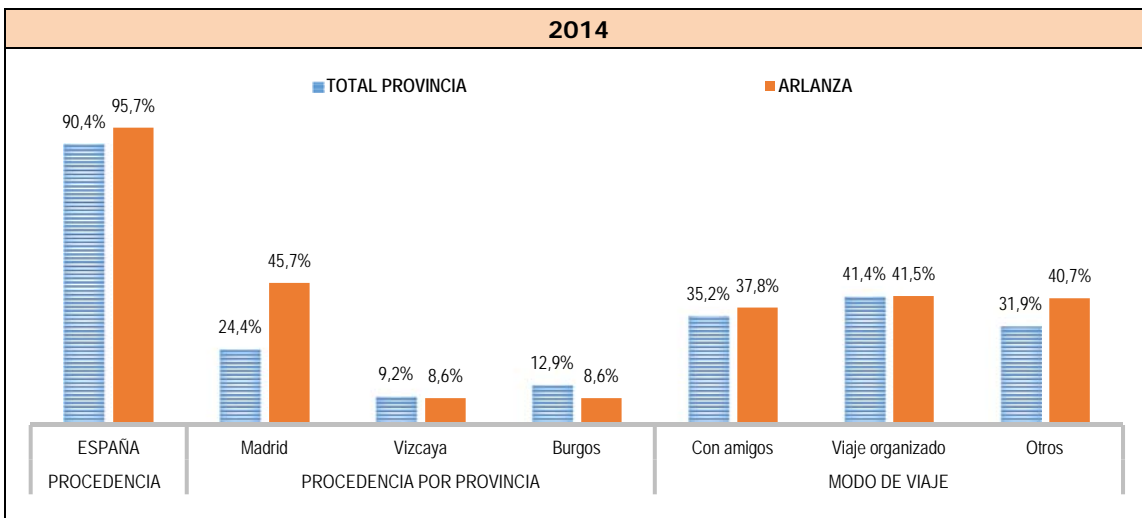
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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 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: 1.554; Total Comarca: 232.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

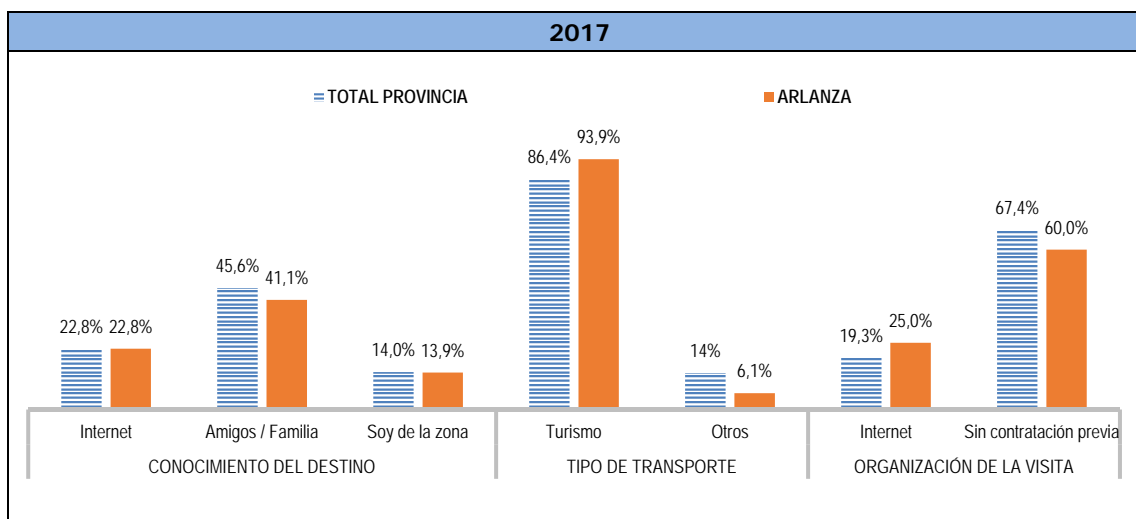
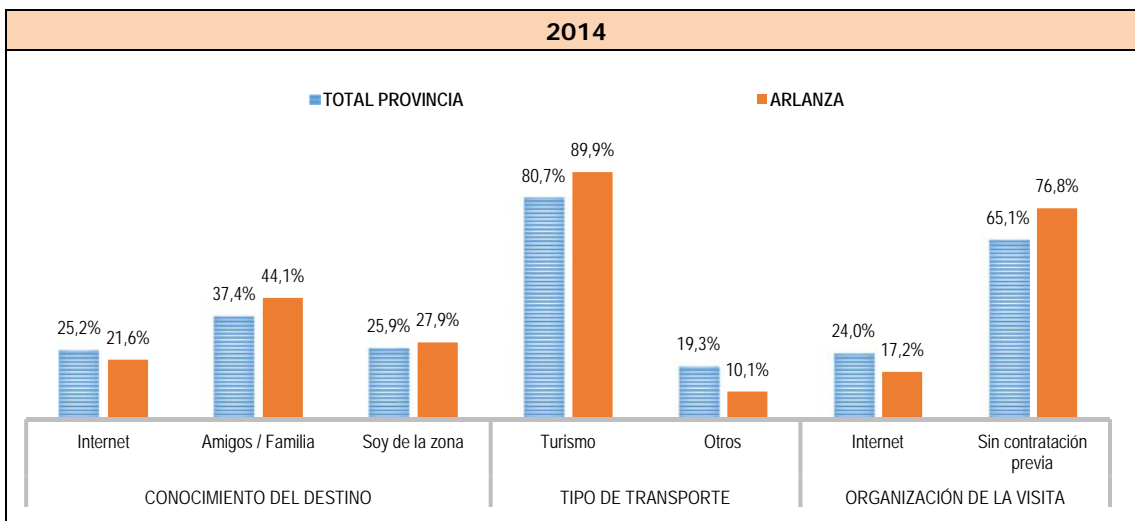
	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (46,9% - 44,6% - 32,1%) / Mujer (53,1% - 55,4% - 67,9%)
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 25 y 39 años (32,6%) Entre 40 y 54 años (45,5% - 51,4%)
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) Comunidad Provincia Castilla y León Madrid (45,7% - 21,7% - 21,5%) (22,0% - 24,7% - 22,9%) Burgos (18,0% - 23,6% - 12,8%) Madrid Vizcaya (10,0% - 19,1% - 12,3%) (24,4% - 18,2% - 21,5%) País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	España (95,7% - 91,5% - 96,0%) Comunidad Provincia Madrid Madrid (45,7% - 21,7% - 24,6%) (45,7% - 21,7% - 24,6%) Vizcaya (8,6% - 6,7% - 9,2%) Castilla y León Burgos (8,6% - 11,1% - 6,28%) (18,0% - 23,6% - 17,9%) País Vasco (10,0% - 19,1% - 17,4%)
Modo de viaje	Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%) Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 4,0%)	Con amigos (37,8% - 30,0% - 23,6%) Viaje organizado (41,5% - 2,2% - 4,1%)

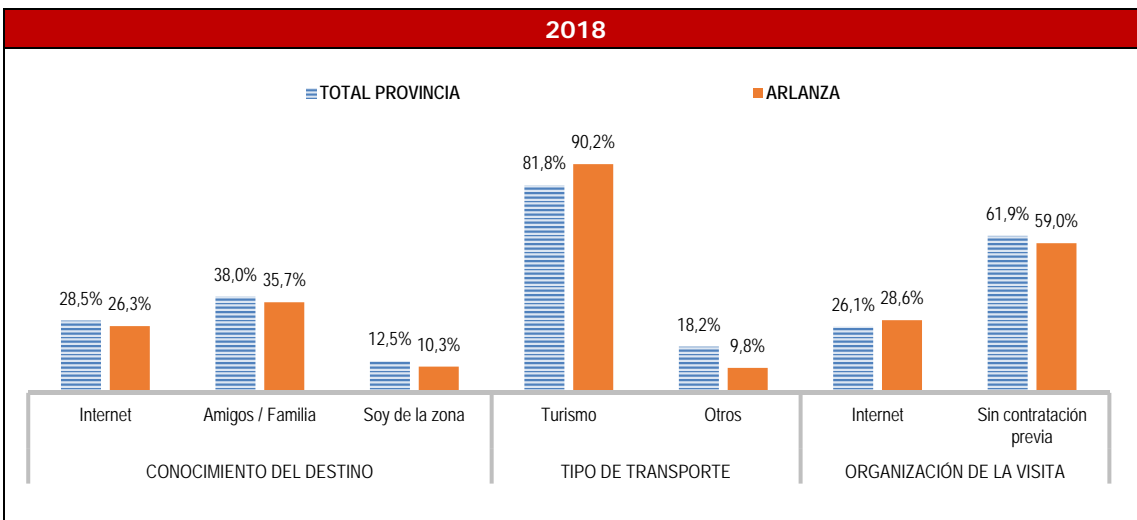
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 59 (54,63% del total que buscan información)</p>	<p>N: 28 (57,14% del total que contratan o pagan)</p>



PREPARACIÓN DE LA VISITA

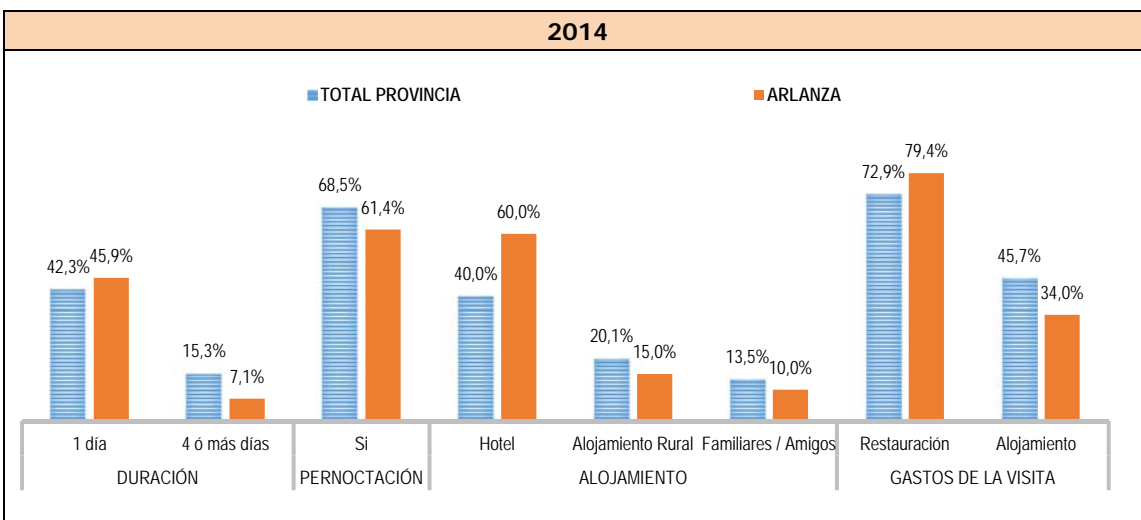
	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,9%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,4%)	Monumentos y patrimonio (41,2% - 55,0% - 45,3%) Vacaciones / Tiempo libre (32,4% - 64,0% - 39,9%) Disfrutar Gastronomía (24,7% - 53,9% - 26,2%) Conocer lugares nuevos (20,9% - 40,0% - 33,9%) Entorno natural (11,5% - 43,3% - 22,2%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 78,3%)	Si (84,0% - 82,4% - 79,5%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,5%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Amigos / Familia (44,1% - 41,1% - 35,9%) Internet (21,6% - 22,8% - 26,5%) Soy de la zona (27,9% - 13,9% - 10,3%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (89,9% - 93,9% - 89,8%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 26,1%)	Sin contratación previa (76,8% - 60,0% - 59,0%) Internet (17,2% - 25,0% - 28,6%)

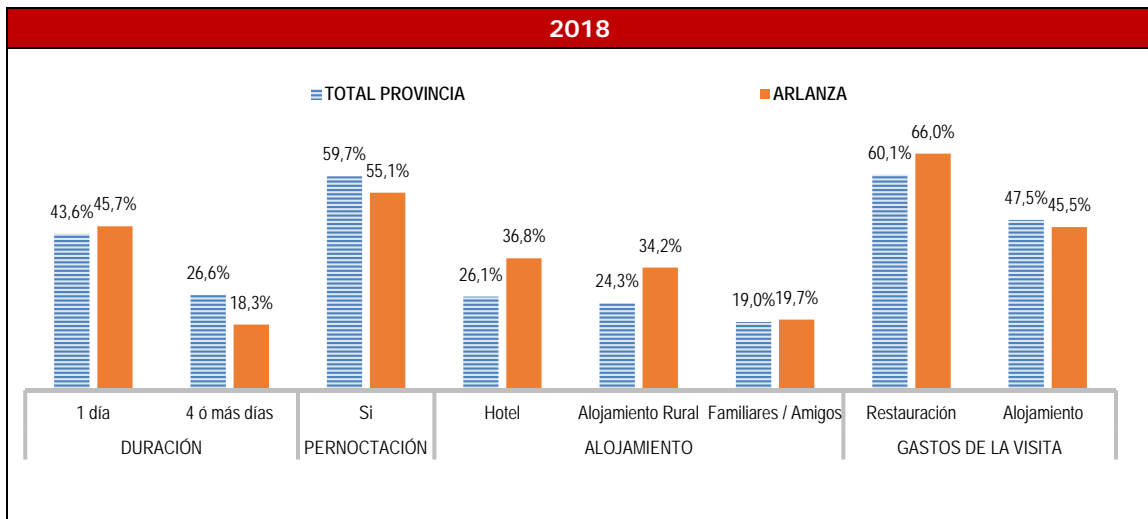
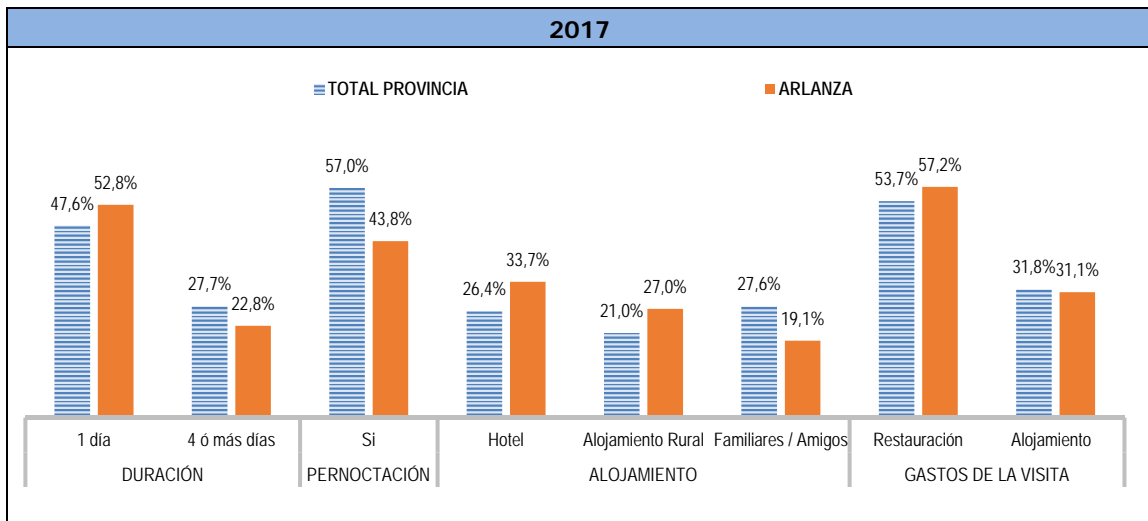




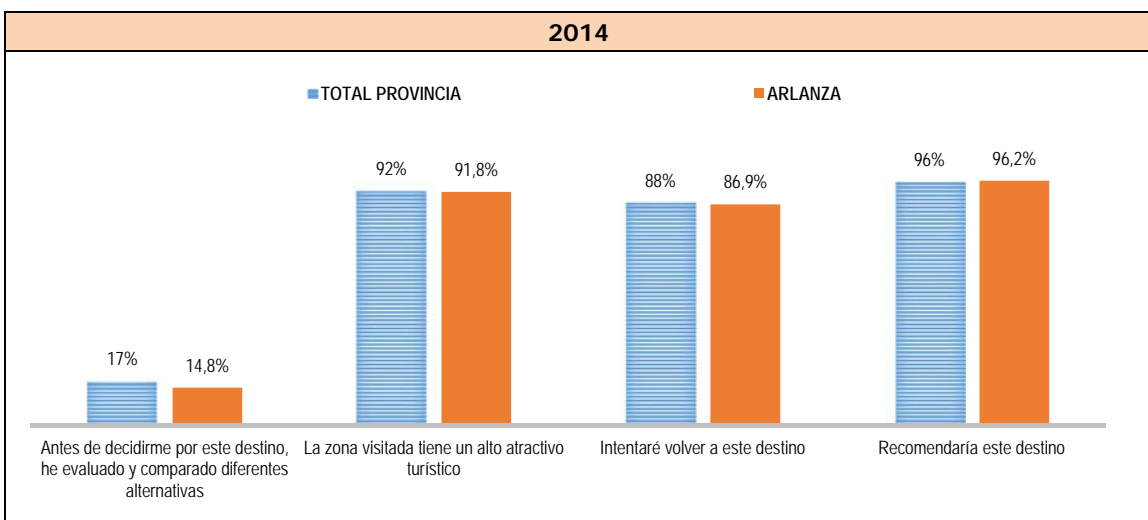
VISITA

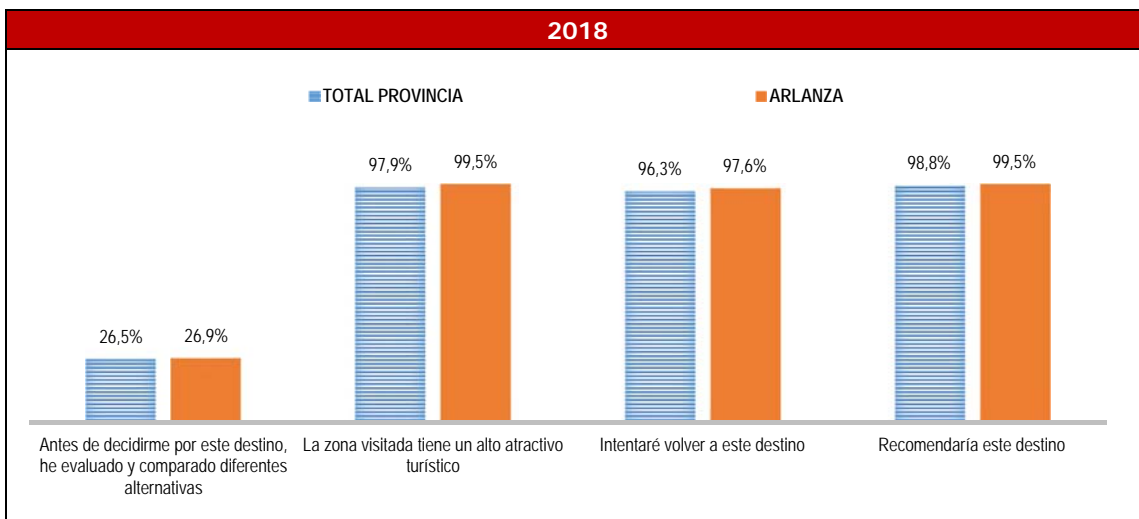
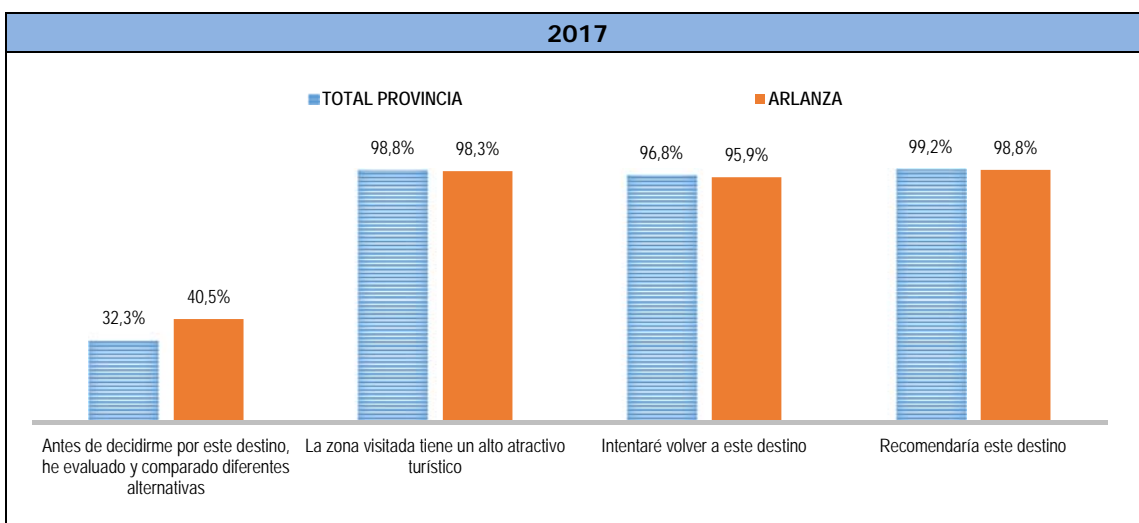
	TOTAL PROVINCIA	ARLANZA
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,7%)	1 día (45,9% - 52,8% - 45,7%) 4 o más días (7,1% - 22,8% - 18,3%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (61,4% - 43,8% - 55,1%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (60,0% - 33,7% - 36,8%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,5%)	Restauración (79,4% - 57,2% - 66,0%) Alojamiento (34,0% - 31,1% - 45,5%)



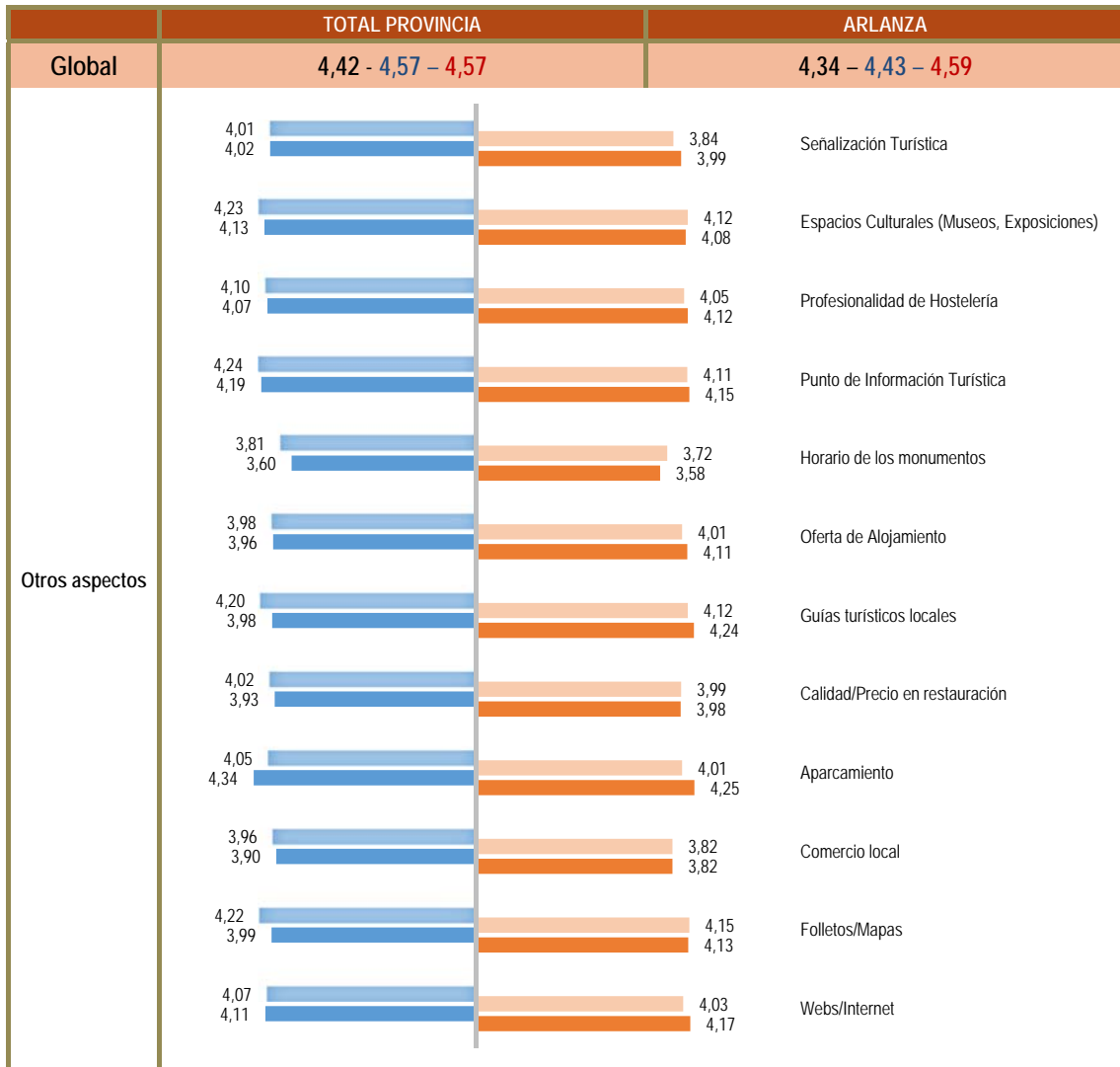


FIDELIZACIÓN





SATISFACCIÓN CON LA VISITA



En color azul el ejercicio 2017 y en naranja el ejercicio 2018.

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><i>N: 161 (69,40% del total)</i></p>	<p><i>N: 58 (25,00% del total)</i></p>
<p>Aspectos que podría hacerle quedarse más días en su visita a la provincia de Burgos</p>	
<p><i>N: 10 (4,31% del total)</i></p>	



ARLANZA

5.1.2 BUREBA - EBRO

FICHA TÉCNICA

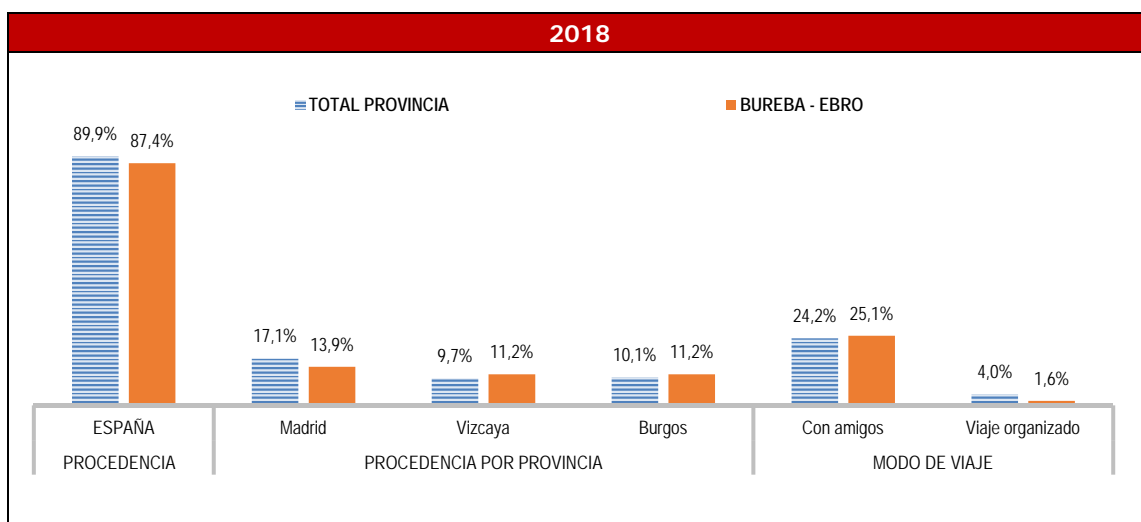
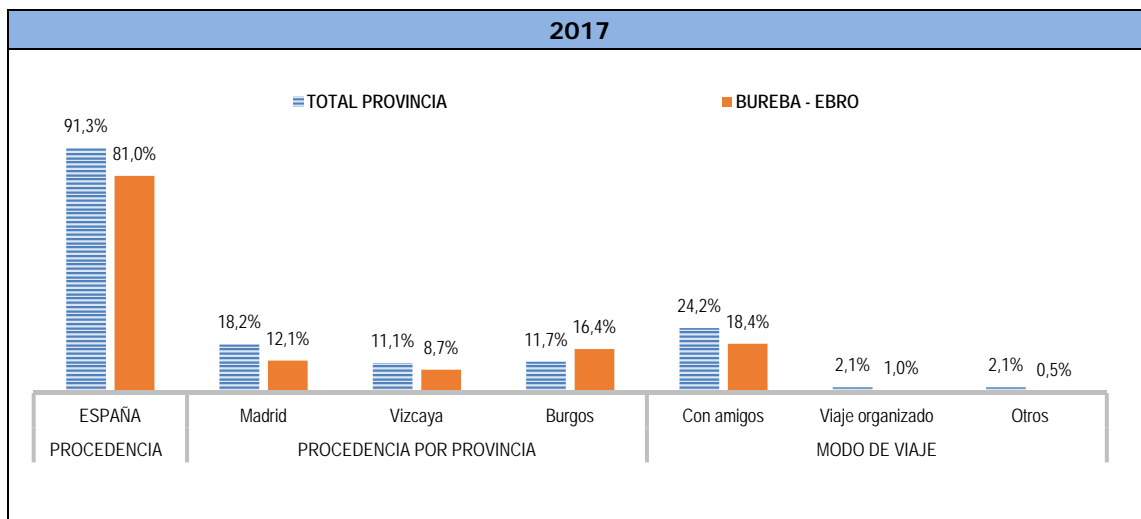
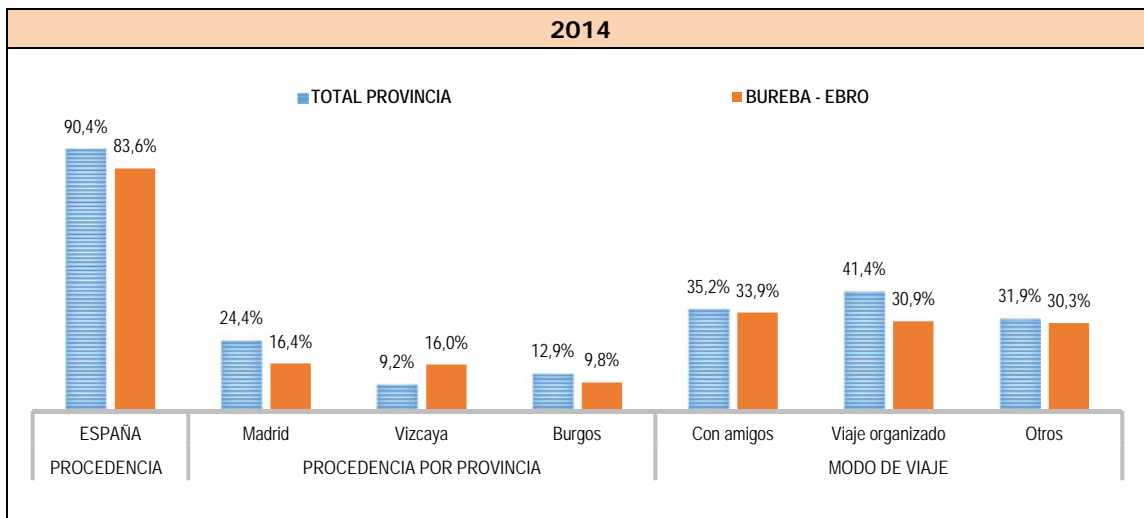
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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: 1.554; Total Comarca: 187.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
Ámbito geográfico	Comarca de Bureba - Ebro. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excm. 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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

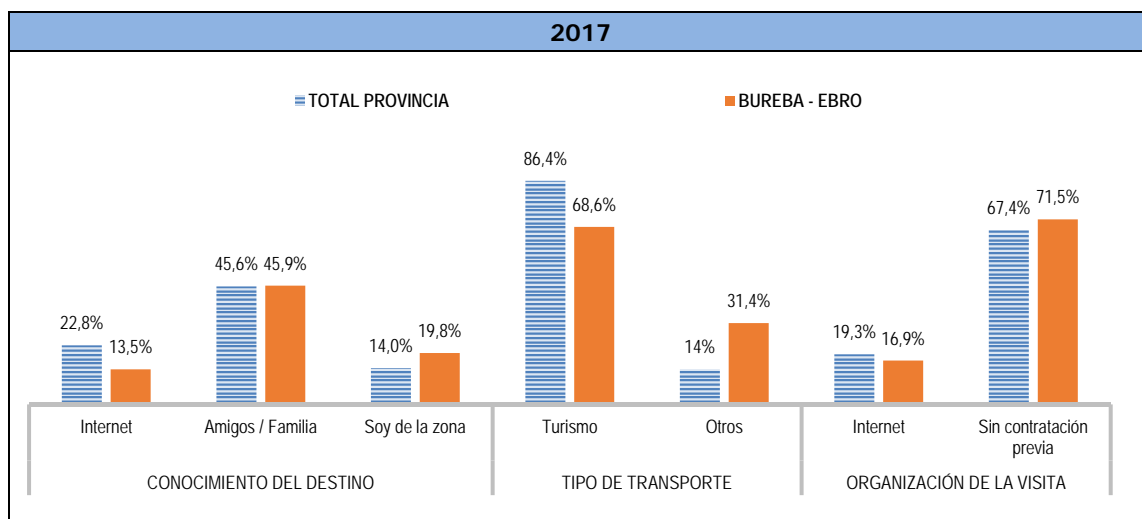
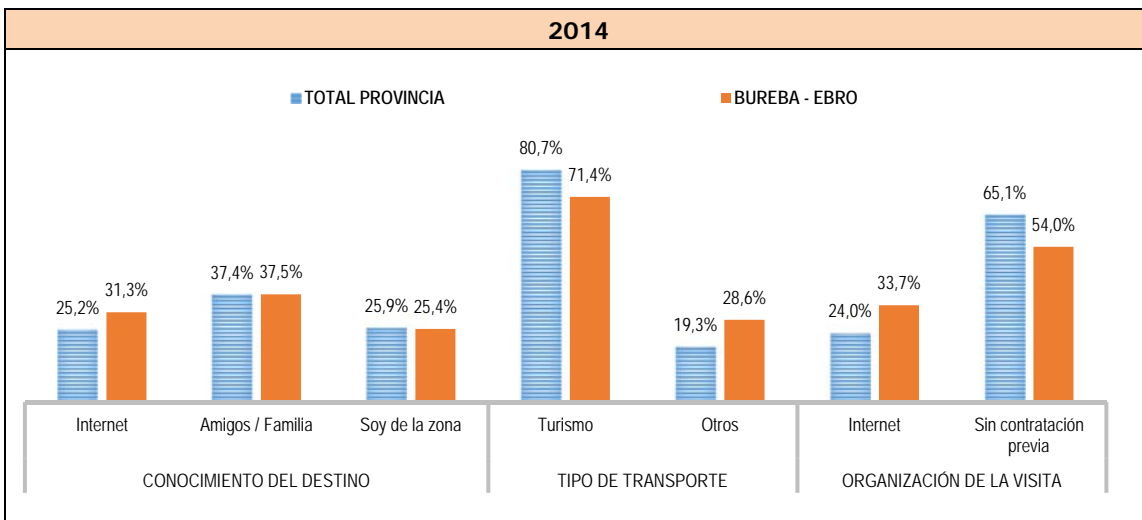
	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO																
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (54,9% - 47,3% - 44,0%) / Mujer (45,1% - 52,7% - 56,0%)																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 40 y 54 años (45,8% - 42,7% - 54,1%)																
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)	País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)	España (83,6% - 81,0% - 87,4%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 23,7%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - 22,1% - 22,3%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 14,2%)</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 14,2%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 23,7%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)	País Vasco (14,0% - 22,1% - 22,3%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 14,2%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 14,2%)
Comunidad	Provincia																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)																	
País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)																	
Comunidad	Provincia																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 23,7%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)																	
País Vasco (14,0% - 22,1% - 22,3%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 14,2%)																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 17,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 14,2%)																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 3,97%) Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%)	Con amigos (33,9% - 18,4% - 25,1%) Viaje organizado (30,9% - 1,0% - 1,64%)																

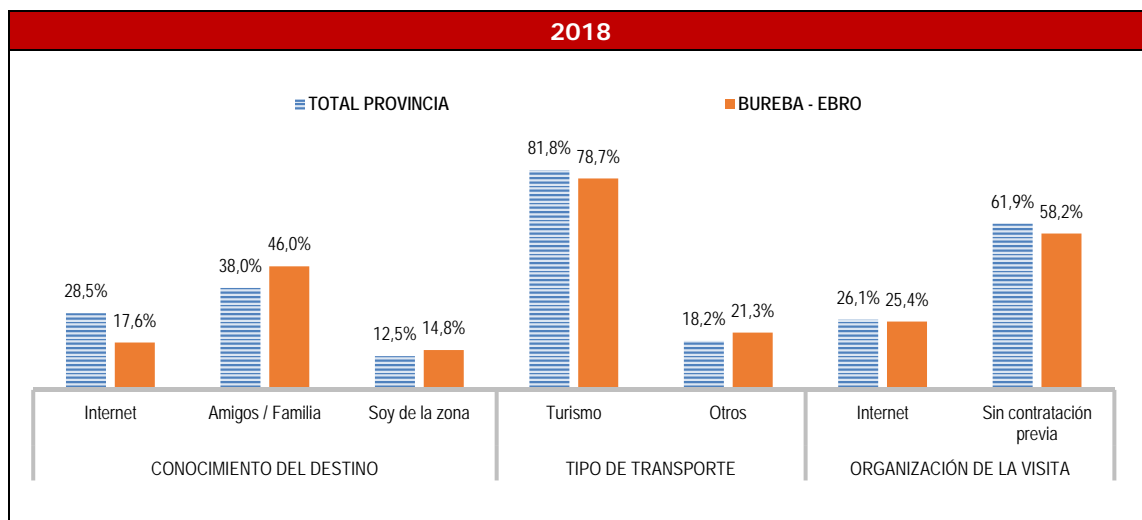
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>Word cloud containing: booking, eroski, caminossantiago, tripadvisor, atapuerca, google, wikipedia, googlemaps, ayuntamiento, turismoburgos.</p> <p>N: 59 (54,63% del total que buscan información)</p>	<p>Word cloud containing: listlanguage, prensa, catapuerca, booking, atapuerca, paradores, ist.</p> <p>N: 15 (35,00% del total)</p>



PREPARACIÓN DE LA VISITA

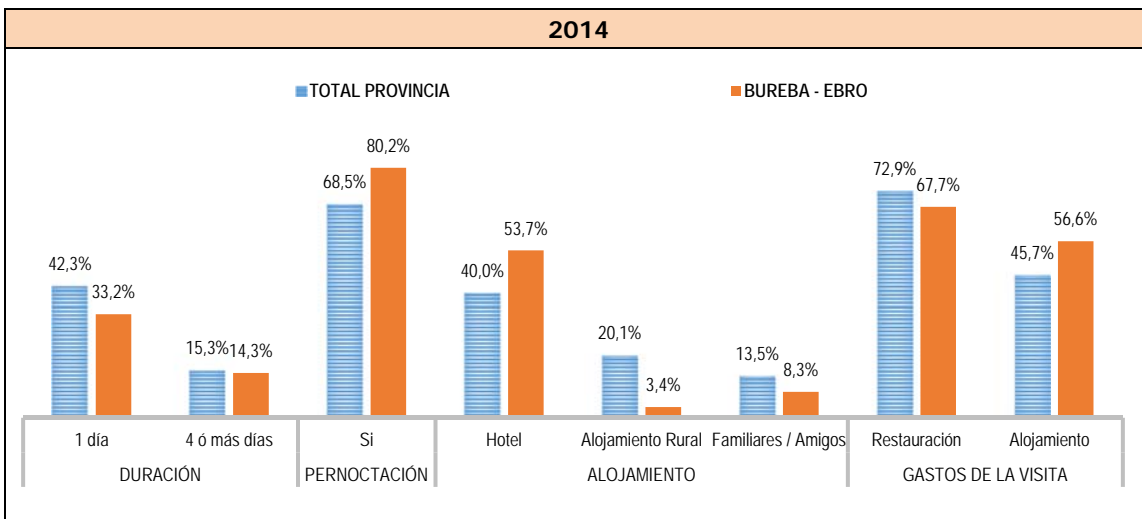
	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,9%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,42%)	Vacaciones/Tiempo libre (35,2% - 72,0% - 44,0%) Monumentos y patrimonio (29,6% - 43,0% - 29,9%) Entorno natural (25,9% - 45,4% - 26,1%) Conocer lugares nuevos (24,1% - 38,6% - 21,2%) Visitas Arqueológicas (20,0% - 17,9% - 18,5%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 83,8%)	Si (77,0% - 78,2% - 82,9%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,6%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Amigos / Familia (37,5% - 45,9% - 45,8%) Internet (31,3% - 13,5% - 17,6%) Soy de la zona (25,4% - 19,8% - 14,7%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (71,4% - 68,6% - 78,7%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 26,1%)	Sin contratación previa (54,0% - 71,5% - 58,2%) Internet (33,7% - 16,9% - 25,4%)

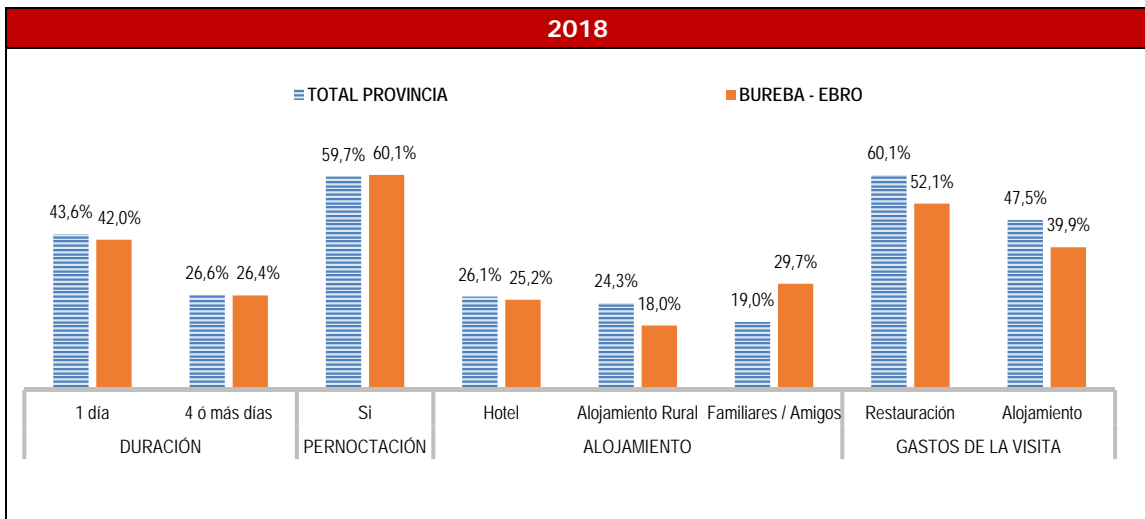
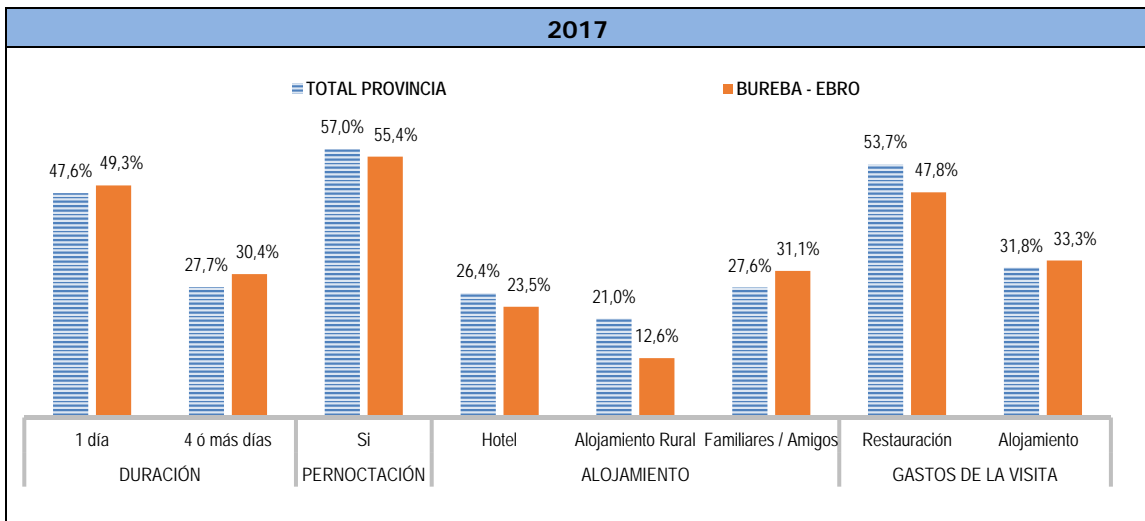




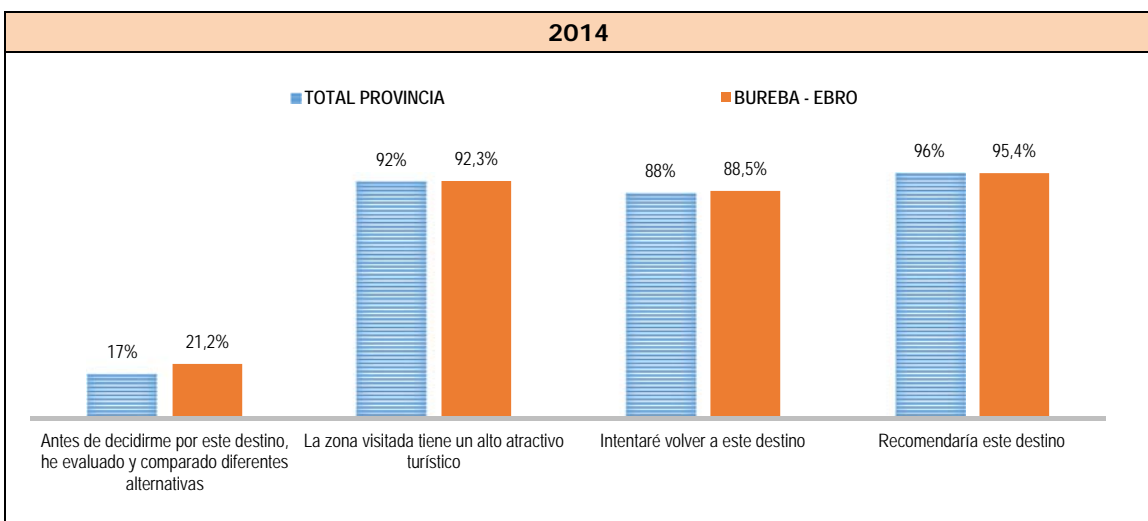
VISITA

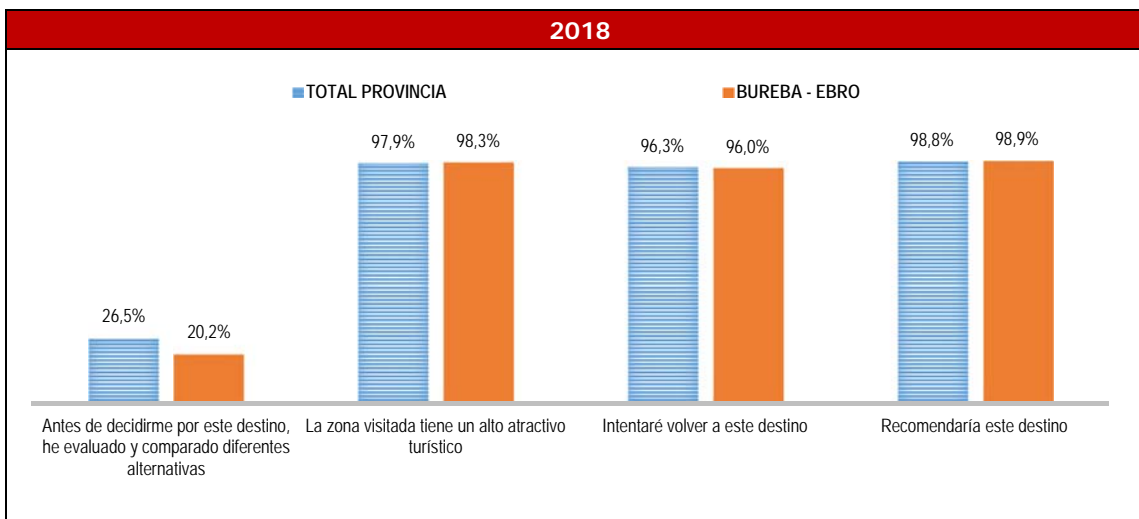
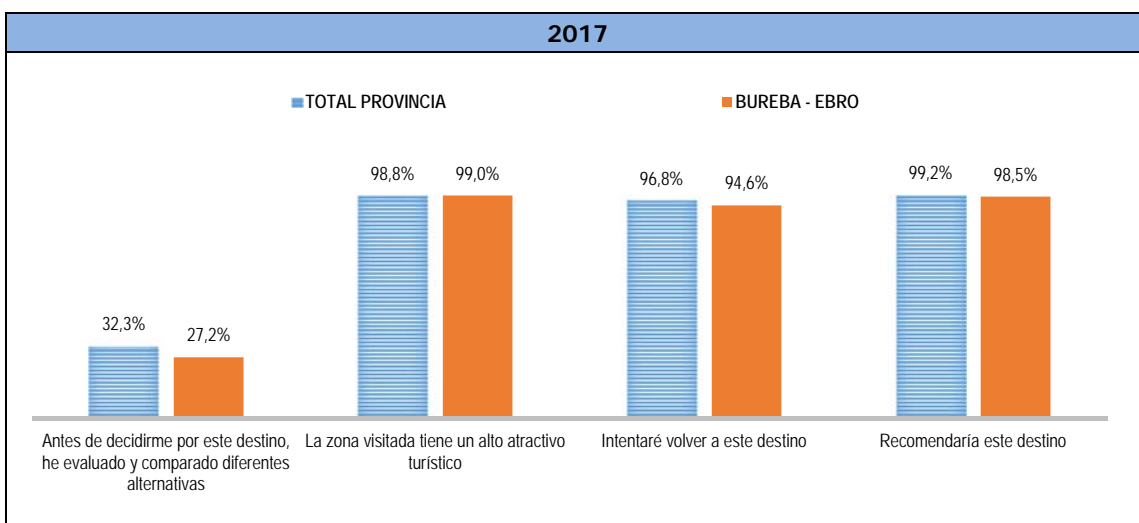
	TOTAL PROVINCIA	BUREBA - EBRO
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,6%)	1 día (33,2% - 49,3% - 42,0%) 4 o más días (14,3% - 30,4% - 26,4%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (80,2% - 55,4% - 60,1%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (53,7% - 23,5% - 25,3%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,6%)	Restauración (67,7% - 47,8% - 52,1%) Alojamiento (56,6% - 33,3% - 39,8%)





FIDELIZACIÓN





SATISFACCIÓN CON LA VISITA



En color **azul** el ejercicio 2017 y en **naranja** el ejercicio 2018.
Los colores más claros corresponden al valor global y los más oscuros al valor comarcal.



5.1.3 AMAYA - CAMINO

FICHA TÉCNICA

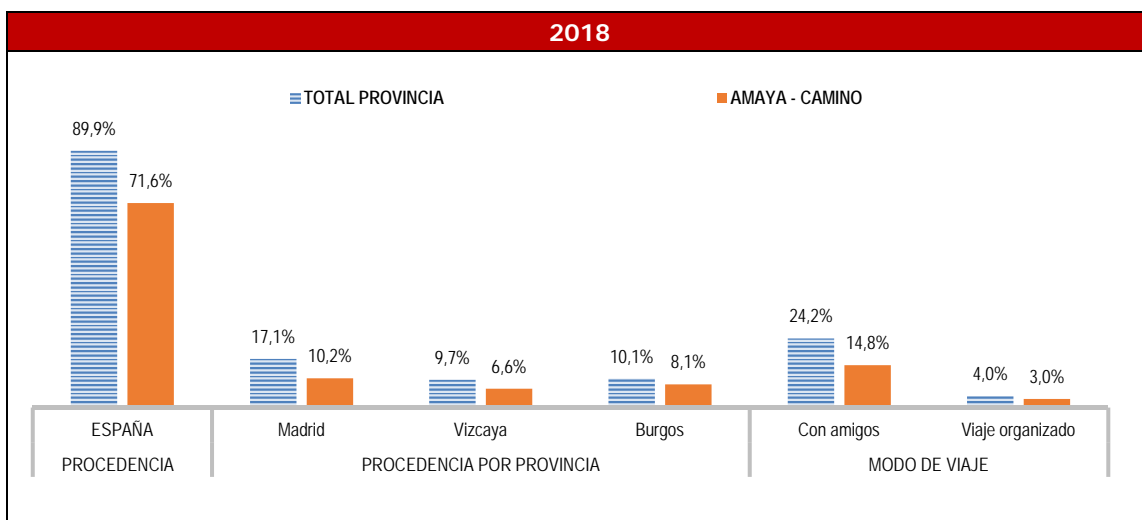
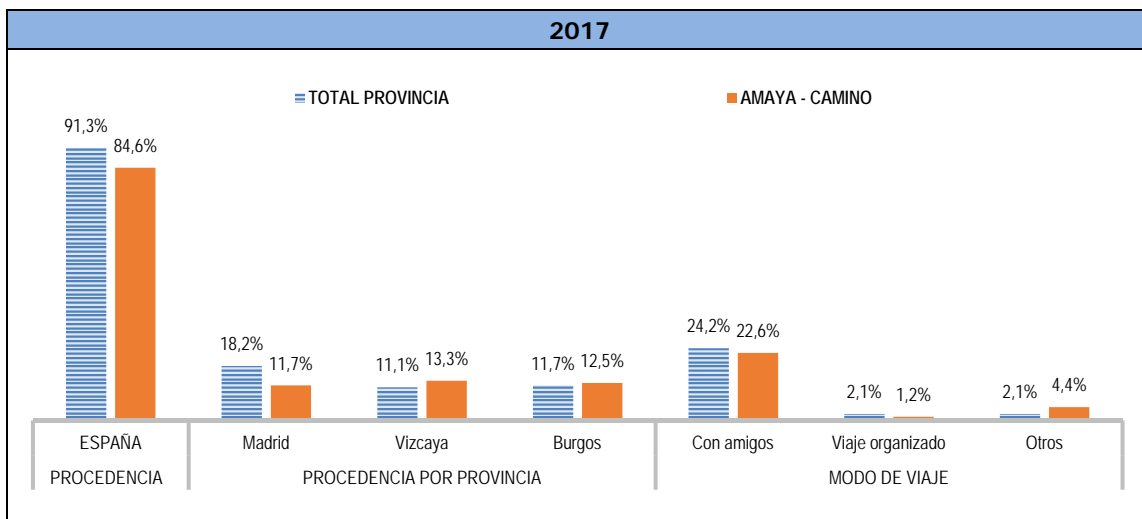
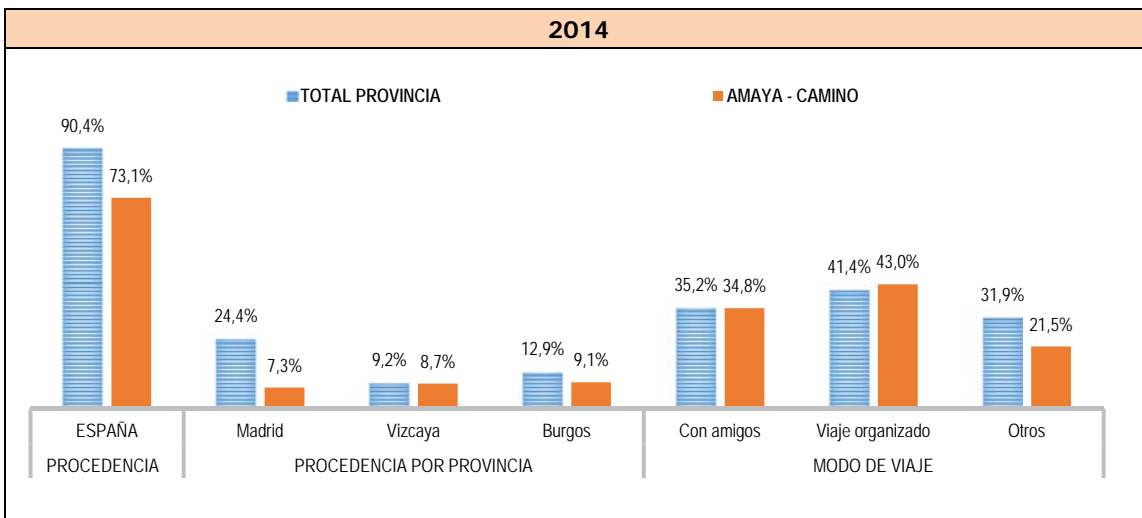
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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: 1.554; Total Comarca: 334.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
Ámbito geográfico	Comarca de Amaya - Camino. Se toma la delimitación geográfica que establece la Excma. 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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

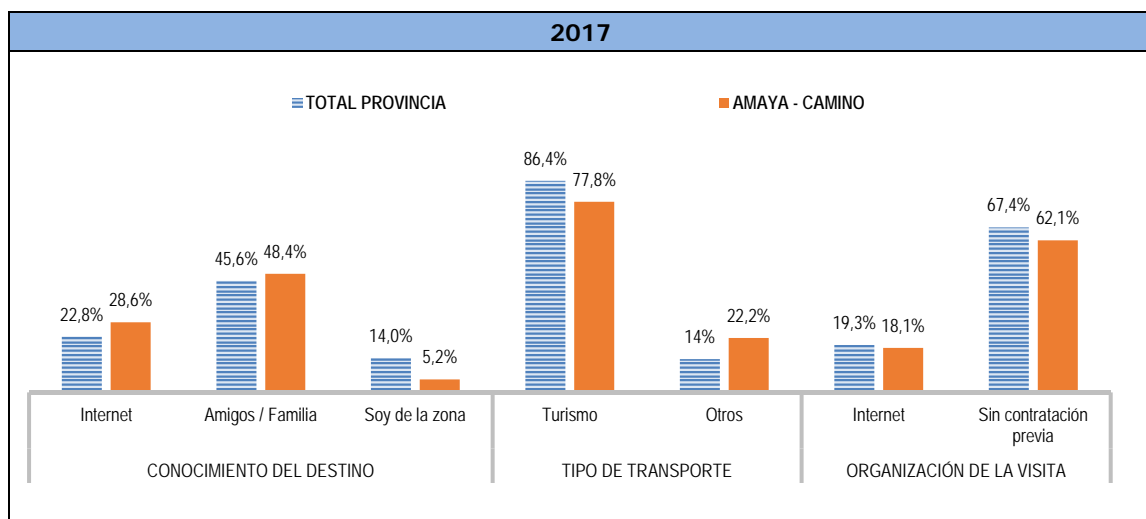
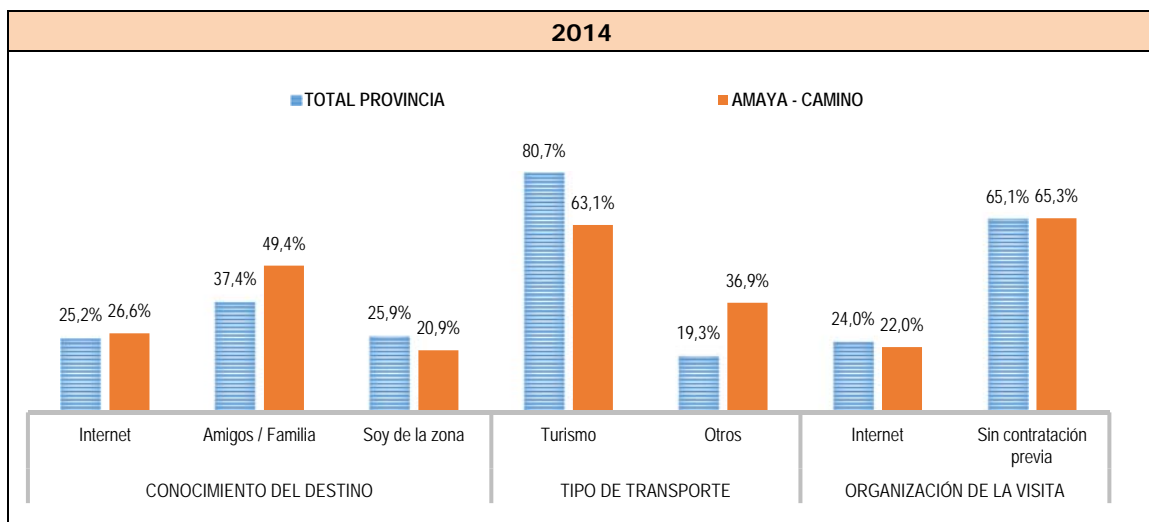
	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (49,5% - 44,1% - 43,1%) / Mujer (50,5% - 55,9% - 56,9%)
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 25 y 39 años (36,9%) Entre 40 y 54 años (46,3% - 37,0%)
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) Comunidad: Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%), Madrid (24,4% - 18,2% - 21,6%), País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%) Provincia: Madrid (24,4% - 18,2% - 21,6%), Burgos (12,9% - 11,7% - 12,8%), Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)	España (73,1% - 84,6% - 72,0%) Comunidad: Castilla y León (22,0% - 24,7% - 29,7%), País Vasco (14,0% - 22,1% - 18,5%), Madrid (24,4% - 18,2% - 17,4%) Provincia: Madrid (24,4% - 18,2% - 17,4%), Burgos (12,9% - 11,7% - 13,9%), Vizcaya (9,2% - 11,1% - 11,3%)
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 3,0%) Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%)	Viaje organizado (43,0% - 1,2% - 3,0%) Con amigos (34,8% - 22,6% - 14,9%)

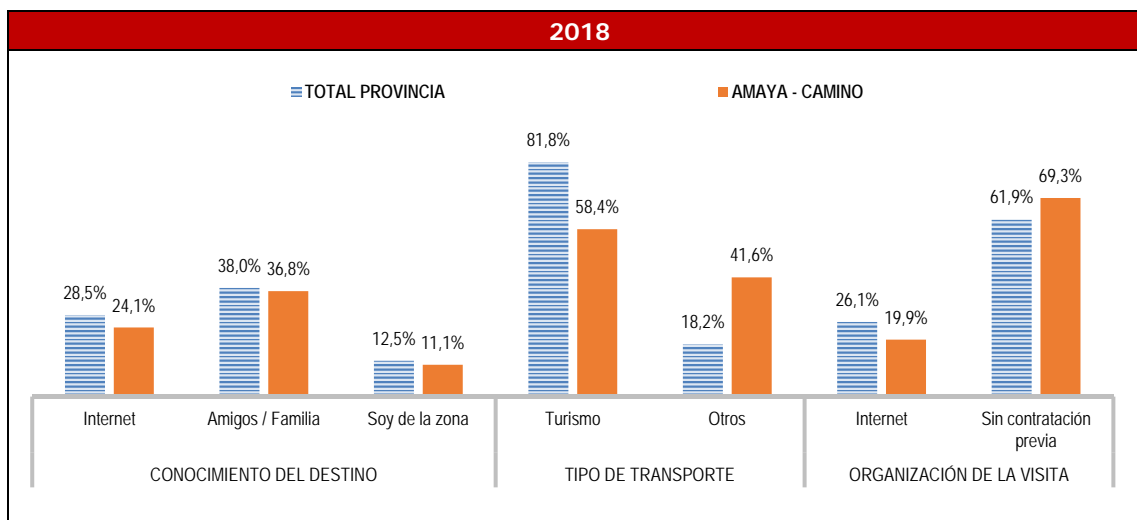
Usan Internet para buscar Información sobre la visita	Usan Internet para contratar o pagar algo relacionado con la visita
<p>N: 70 (47,95% del total que buscan información)</p>	<p>N: 34 (50,00% del total que contratan o pagan)</p>



PREPARACIÓN DE LA VISITA

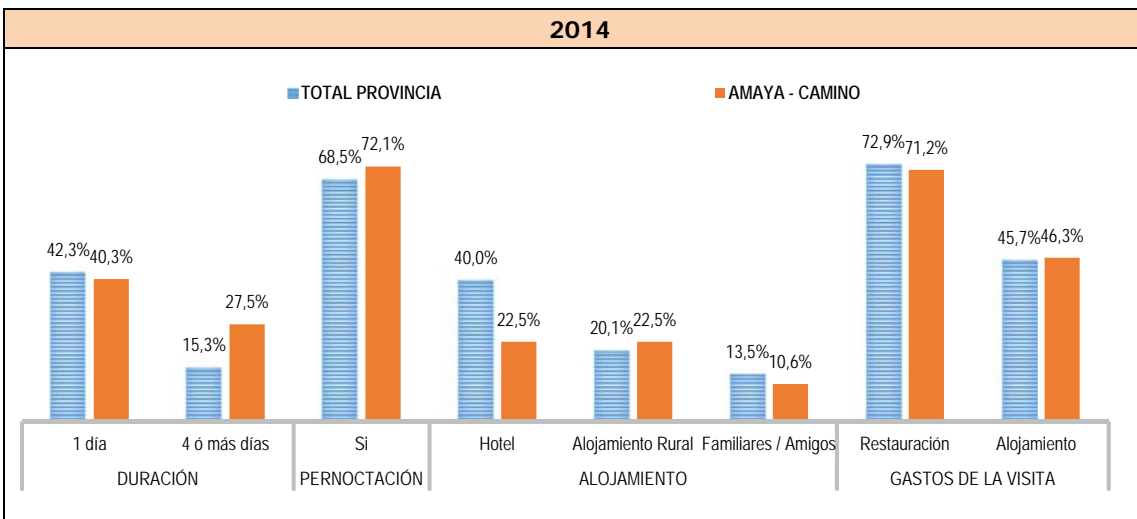
	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,9%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,4%)	Vacaciones/Tiempo libre (41,2% 55,2% - 31,6%) Entorno natural (38,0% - 59,7% - 31,0%) Hacer Camino de Santiago (30,1% - 11,7% - 23,9%) Conocer lugares nuevos (26,4% - 38,7% - 25,2%) Monumentos y patrimonio (25,5% - 25,4% - 21,2%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 83,8%)	Si (78,0% - 84,6% - 81,5%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,5%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Amigos / Familia (49,4% - 48,4% - 36,8%) Internet (26,6% - 28,6% - 24,1%) Soy de la zona (20,9% - 5,2% - 11,1%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (63,1% - 77,8% - 58,4%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 26,1%)	Sin contratación previa (65,3% - 62,1% - 69,3%) Internet (22,0% - 18,1% - 19,9%)

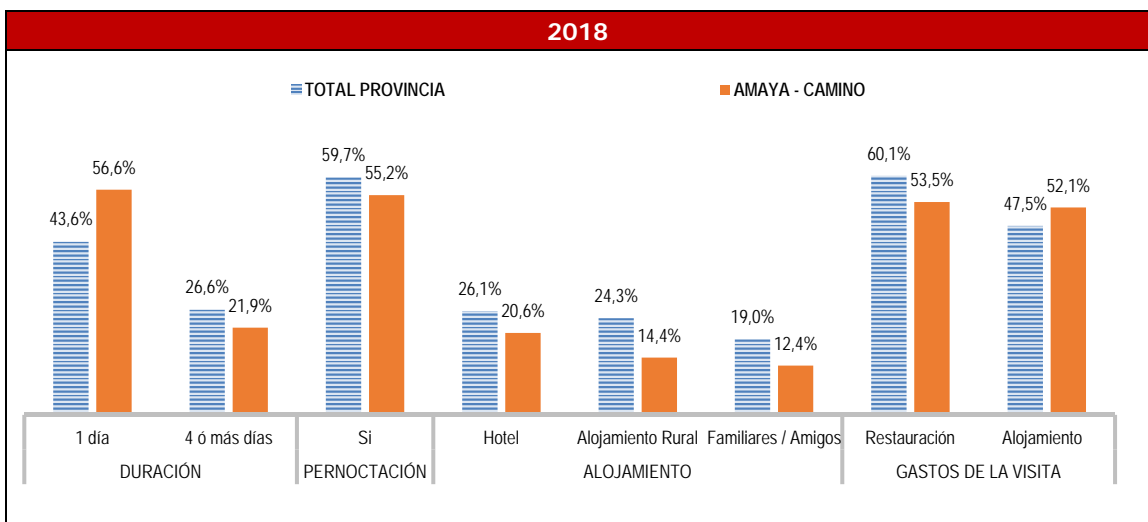
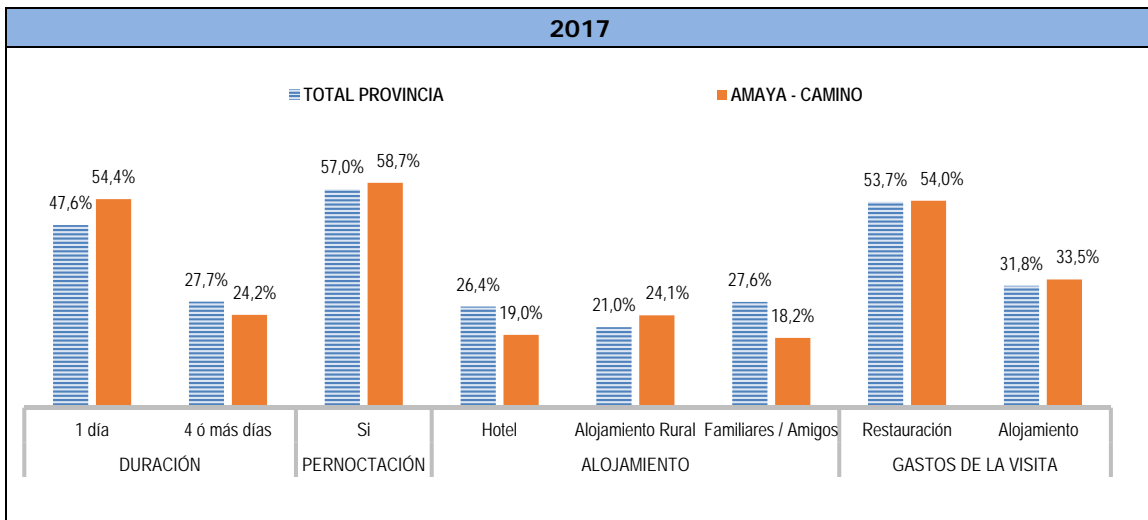




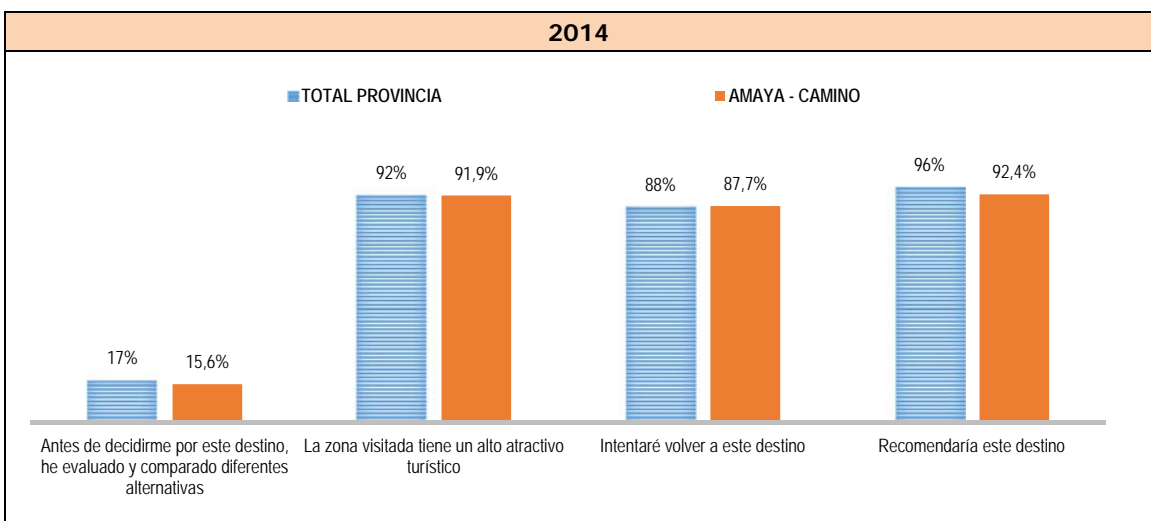
VISITA

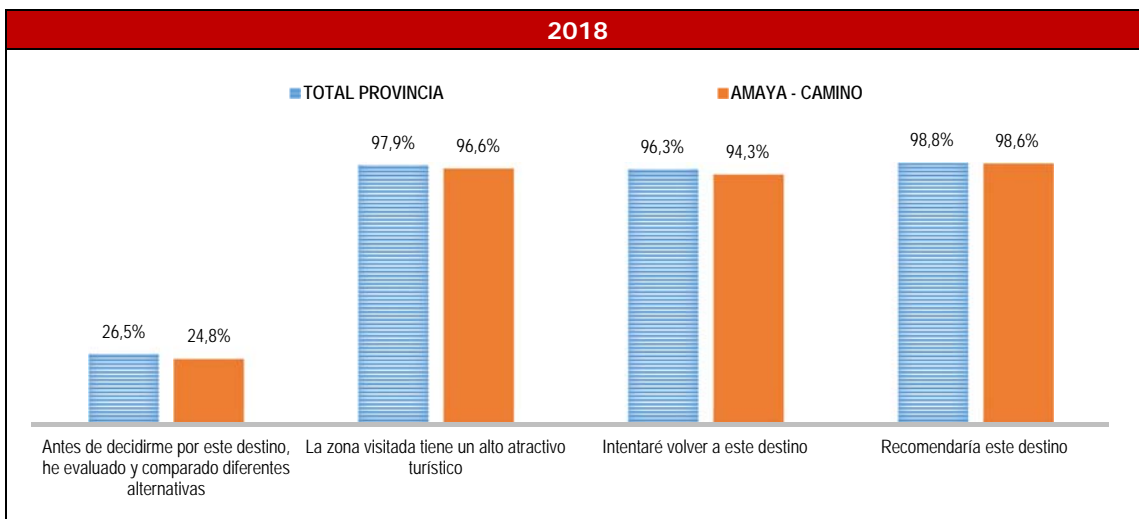
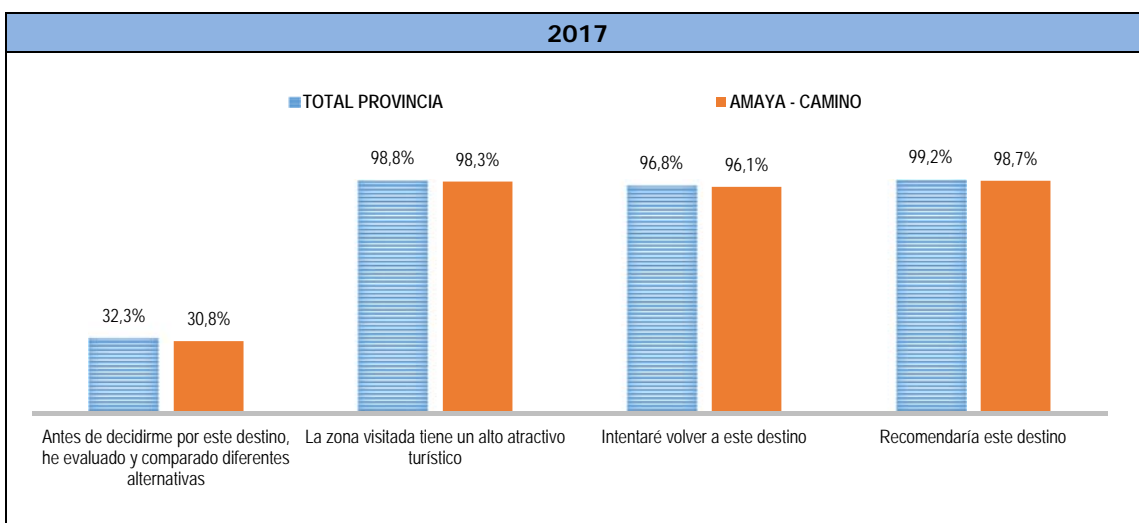
	TOTAL PROVINCIA	AMAYA - CAMINO
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,6%)	1 día (40,3% - 54,4% - 56,6%) 4 o más días (27,5% - 24,2% - 21,9%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (72,1% - 58,7% - 55,2%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (22,5% - 19,0% - 20,6%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,6%)	Restauración (71,2% - 54,0% - 53,5%) Alojamiento (46,3% - 33,5% - 52,1%)



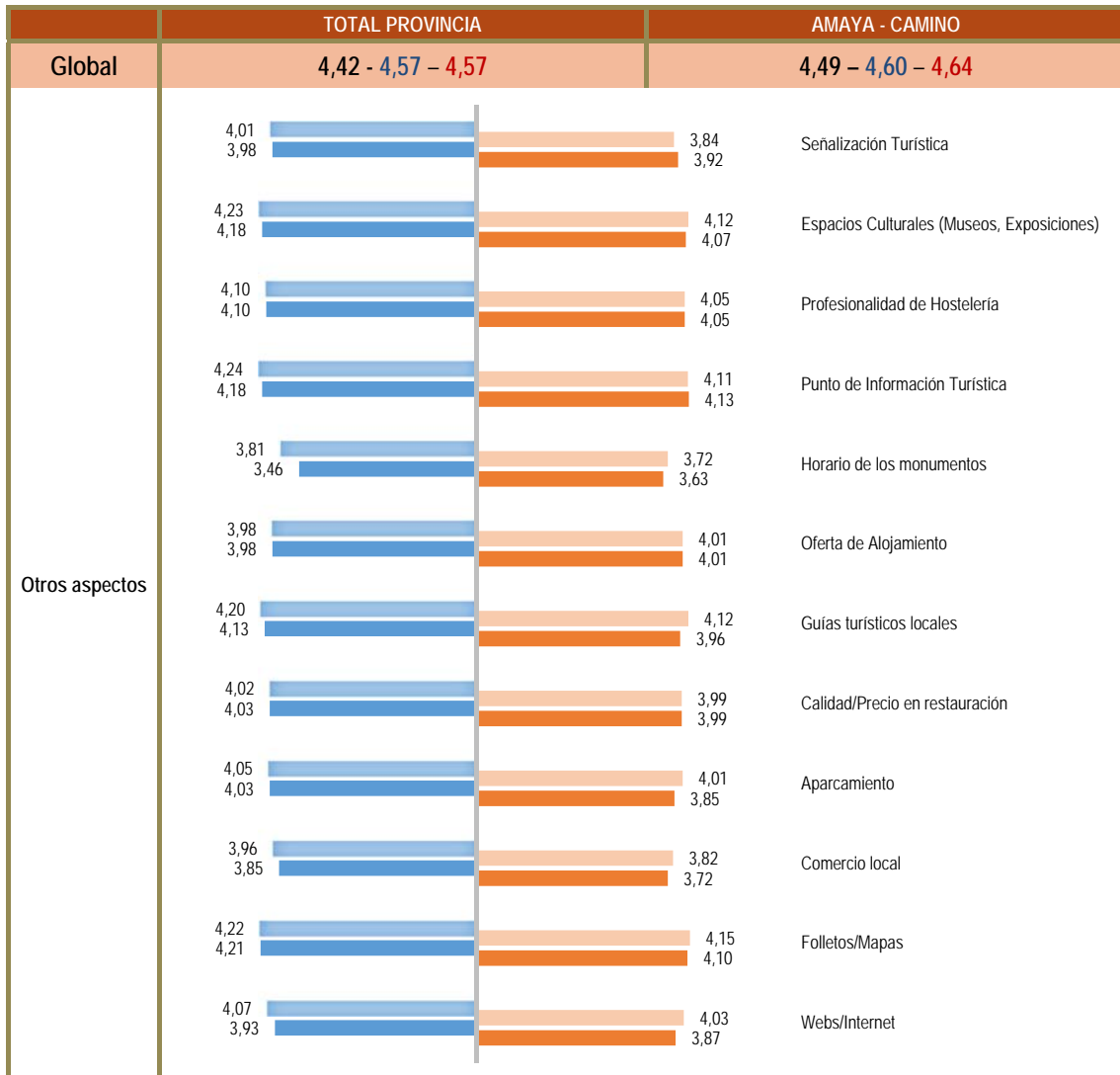


FIDELIZACIÓN



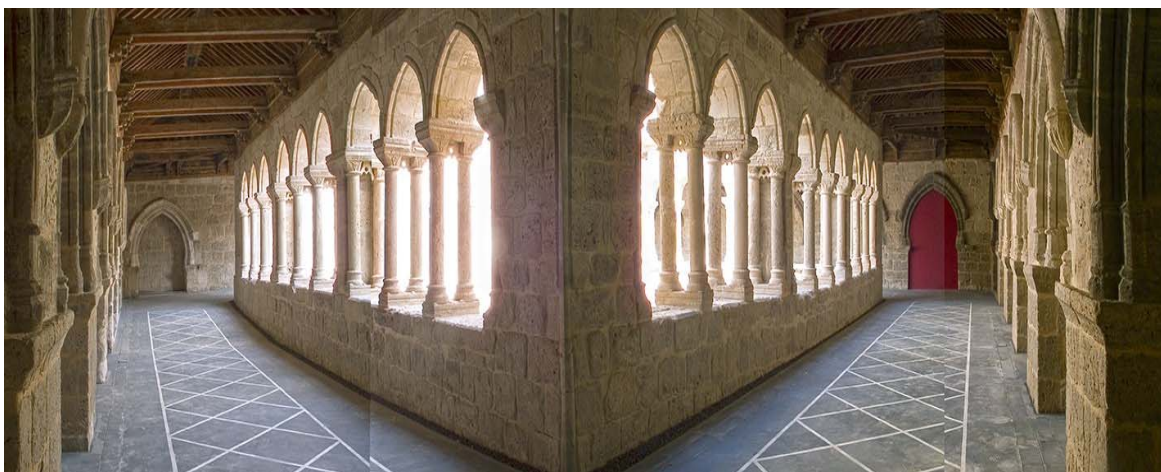


SATISFACCIÓN CON LA VISITA



En color **azul** el ejercicio 2017 y en **naranja** el ejercicio 2018.

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: 222 (66,47% del total)</p>	<p>N: 79 (23,65% del total)</p>

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

N: 29 (8,68% del total)



AMAYA - CAMINO

5.1.4 SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES

FICHA TÉCNICA

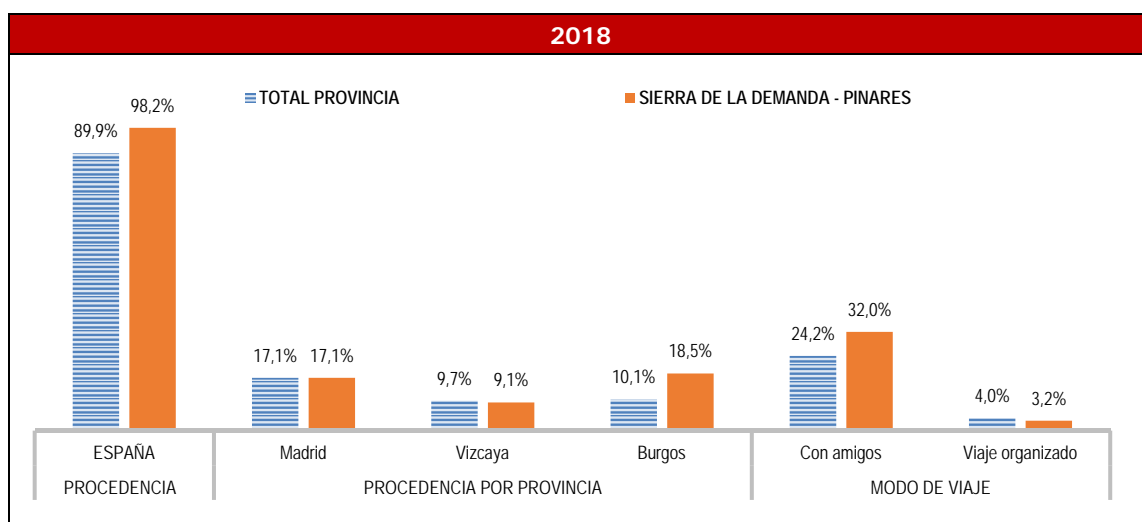
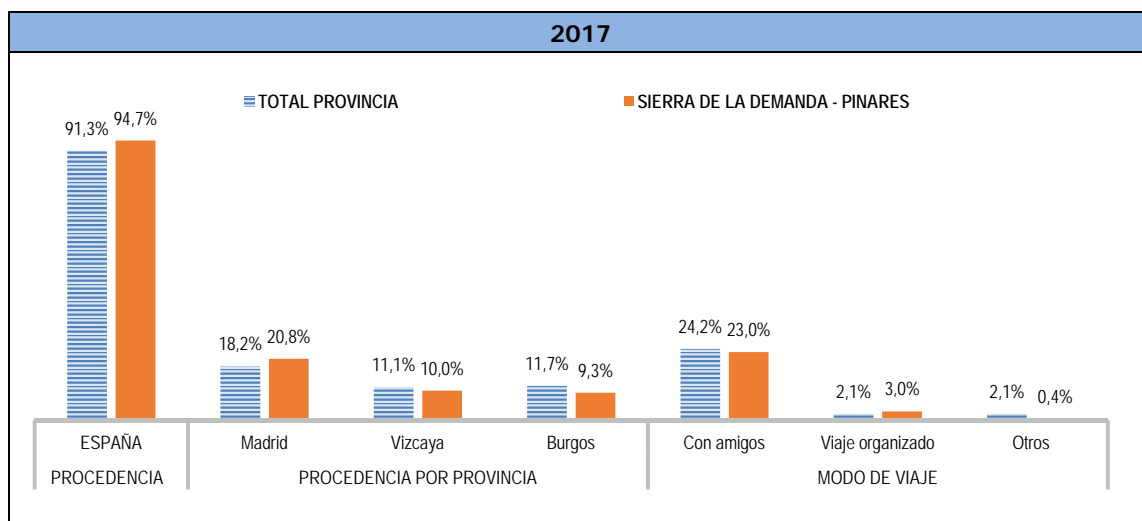
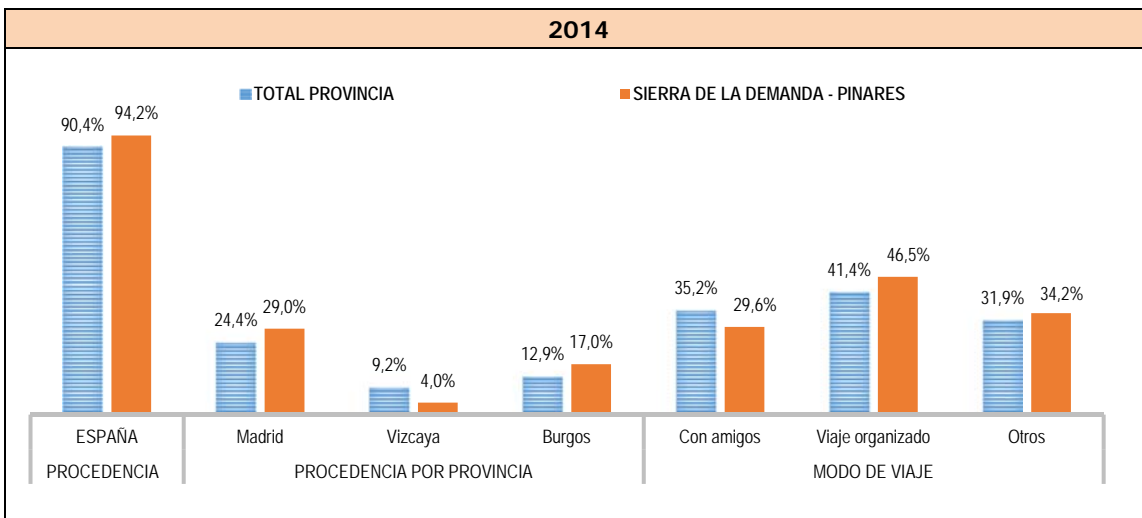
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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: 1.554; Total Comarca: 286.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

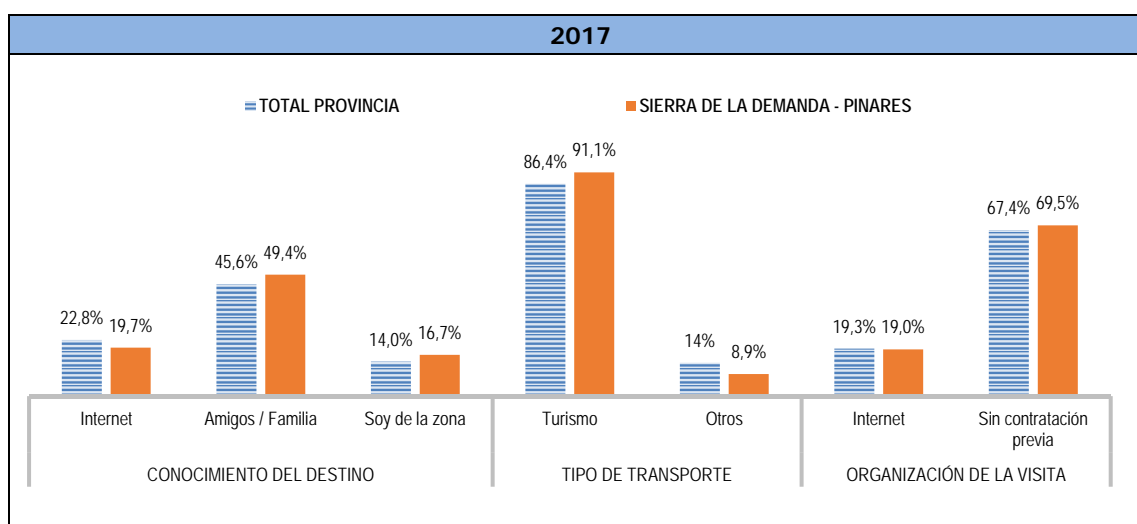
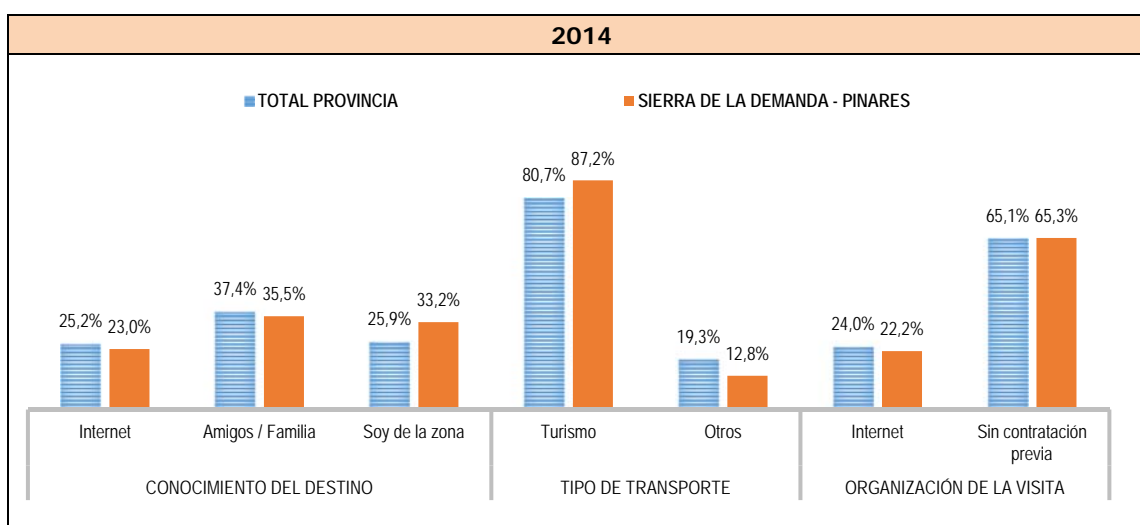
	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (47,3% - 41,7% - 41,4%) / Mujer (52,7% - 58,3% - 58,6%)
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 25 y 39 años (36,7%) Entre 40 y 54 años (46,2% - 39,9%)
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) Comunidad Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%) Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%) País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%) Provincia Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%) Burgos (12,9% - 11,7% - 12,8%) Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)	España (94,2% - 94,7% - 98,2%) Comunidad Castilla y León (22,0% - 24,7% - 28,6%) Madrid (24,4% - 18,2% - 18,9%) País Vasco (14,0% - 22,1% - 17,0%) Provincia Burgos (12,9% - 11,7% - 20,5%) Madrid (24,4% - 18,2% - 18,9%) Vizcaya (9,2% - 11,1% - 10,0%)
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 4,0%) Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%)	Viaje organizado (46,5% - 3,0% - 3,31%) Con amigos (29,6% - 23,0% - 32,7%)

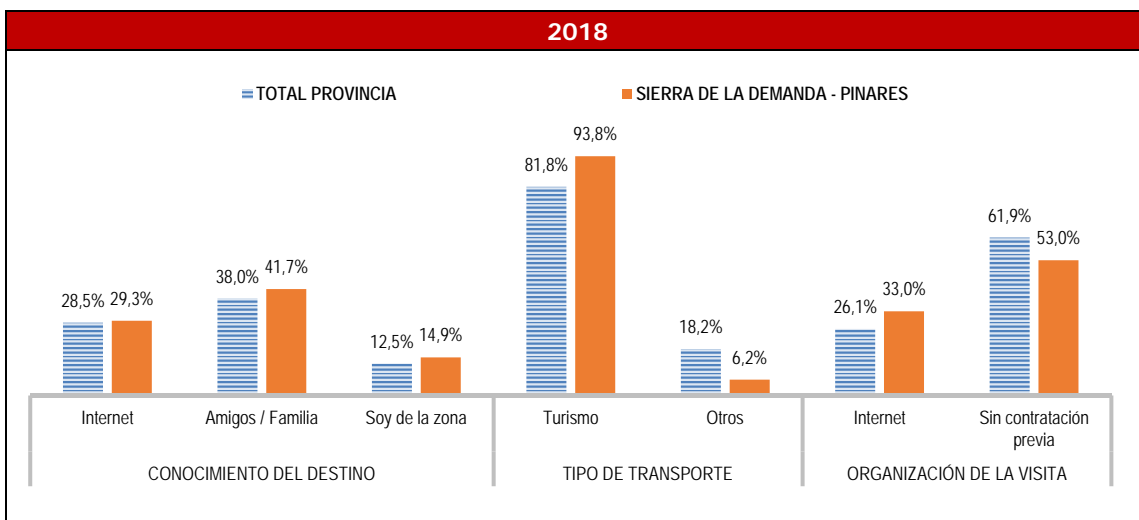




PREPARACIÓN DE LA VISITA

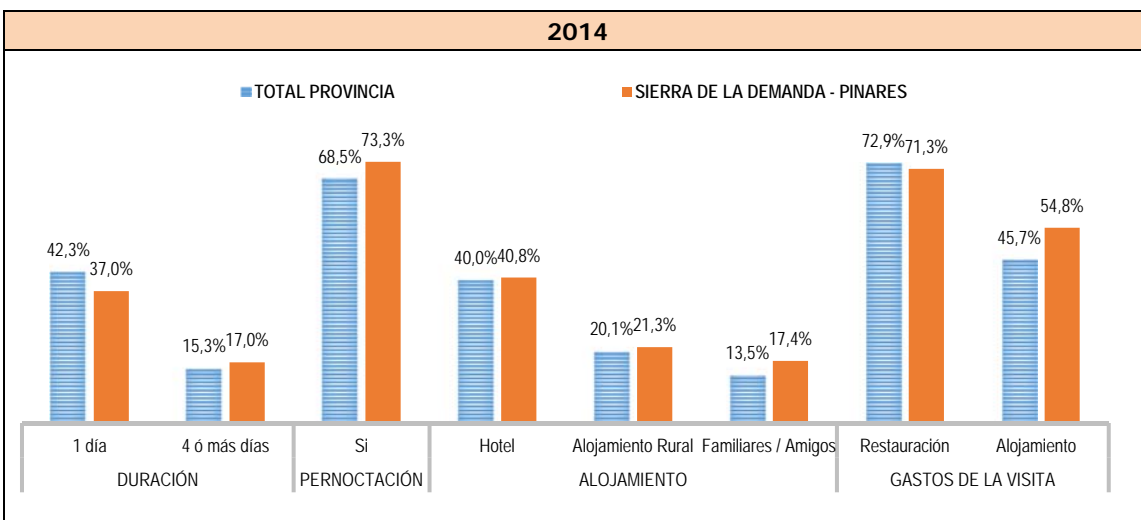
	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,9%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,4%)	Vacaciones/Tiempo libre (45,9% - 72,5% - 53,9%) Entorno natural (39,5% - 61,3% - 45,7%) Monumentos y patrimonio (35,8% - 40,9% - 31,4%) Conocer lugares nuevos (25,6% - 35,7% - 33,9%) Visitas Arqueológicas (16,4% - 10,4% - 9,3%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 83,8%)	Si (79,1% - 87,1% - 84,7%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,5%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Amigos / Familia (35,5% - 49,4% - 41,8%) Internet (23,0% - 19,7% - 29,5%) Soy de la zona (33,2% - 16,7% - 14,9%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (87,2% - 91,1% - 94,2%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 26,1%)	Sin contratación previa (65,3% - 69,5% - 53,2%) Internet (22,2% - 19,0% - 33,1%)

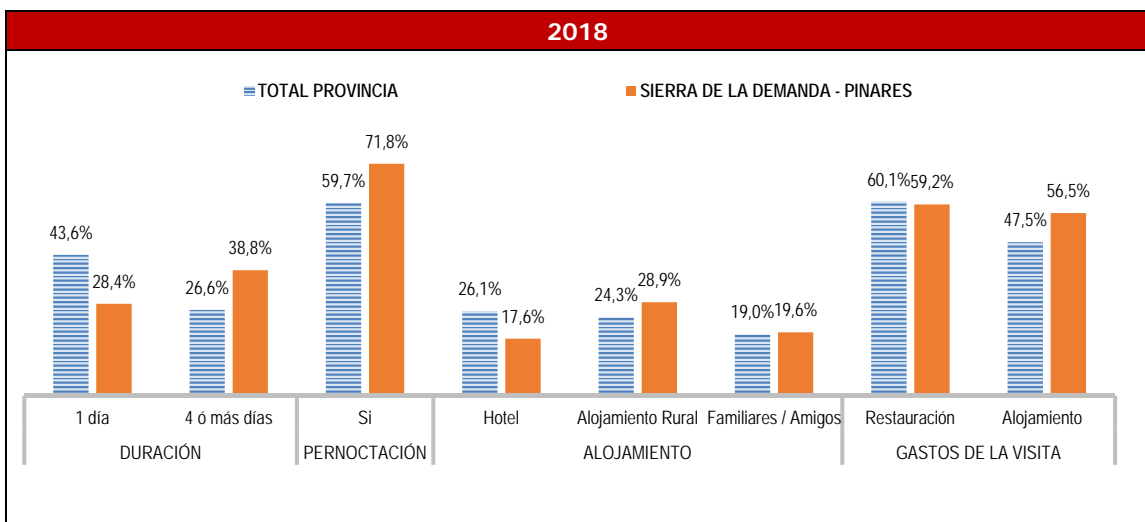
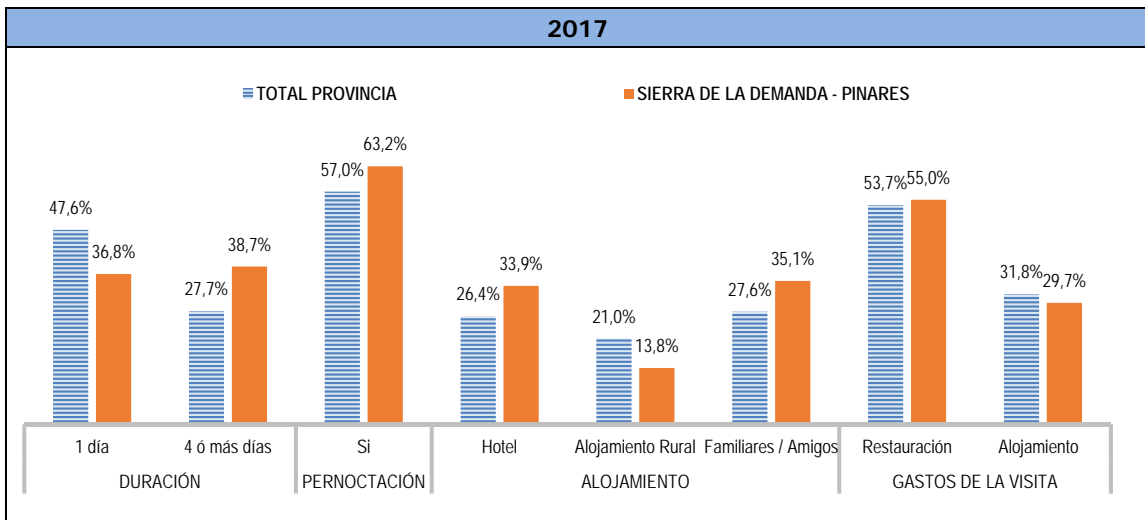




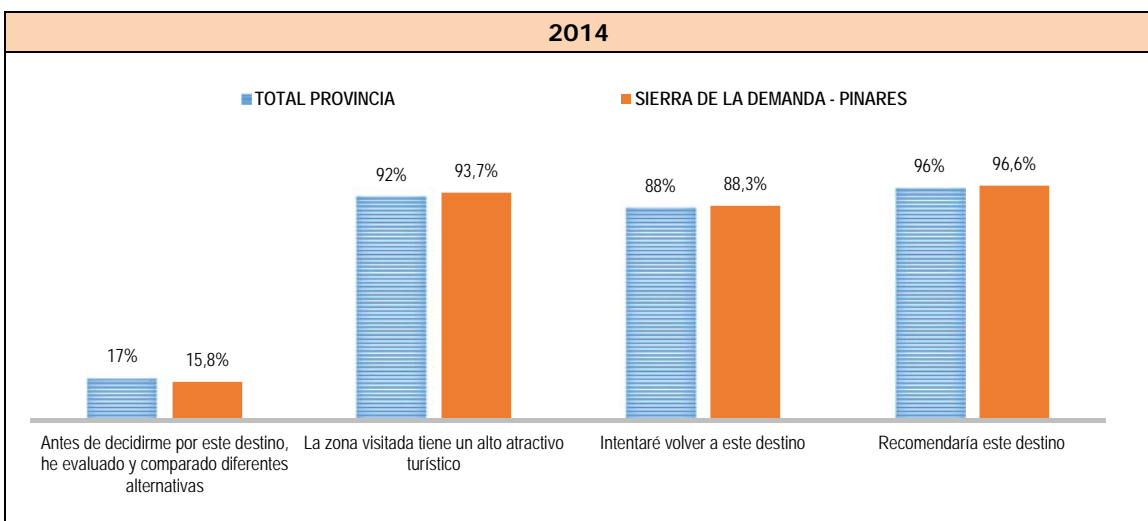
VISITA

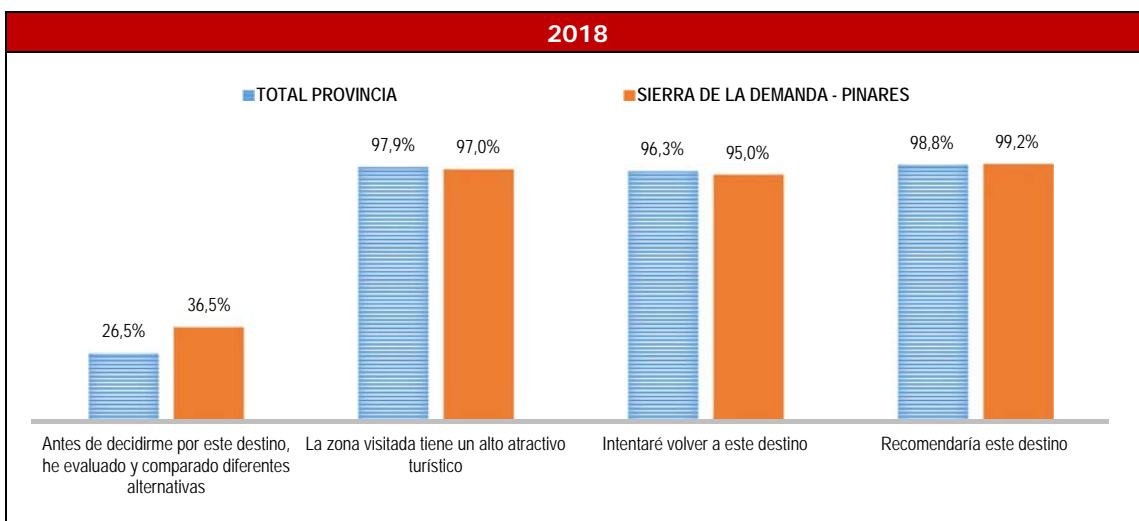
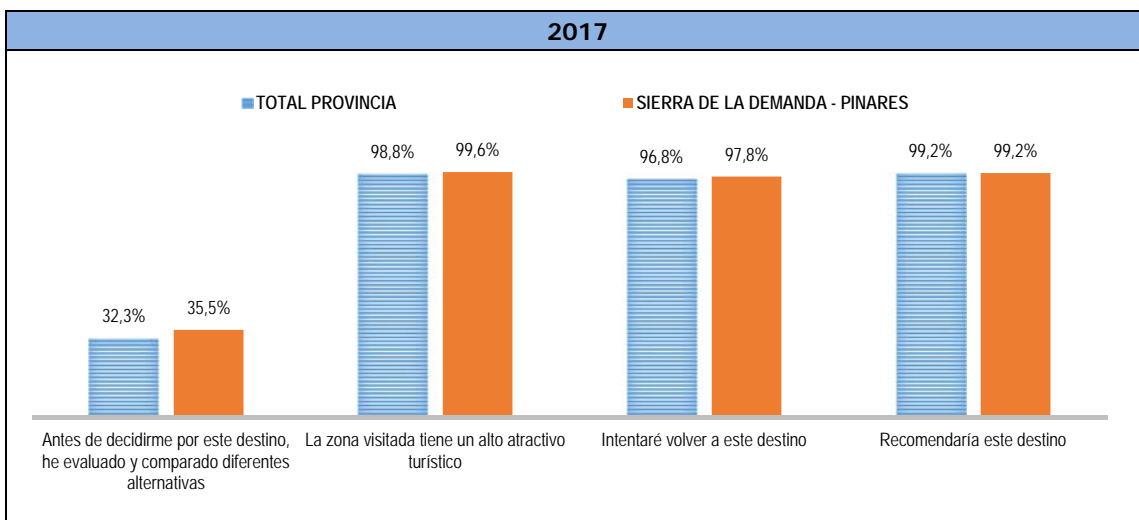
	TOTAL PROVINCIA	SIERRA DE LA DEMANDA - PINARES
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,6%)	1 día (37,0% - 36,8% - 28,4%) 4 o más días (17,0% - 38,7% - 38,8%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (73,3% - 63,2% - 71,8%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (40,8% - 33,9% - 17,7%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,5%)	Restauración (71,3% - 55,0% - 59,5%) Alojamiento (54,8% - 29,7% - 56,7%)



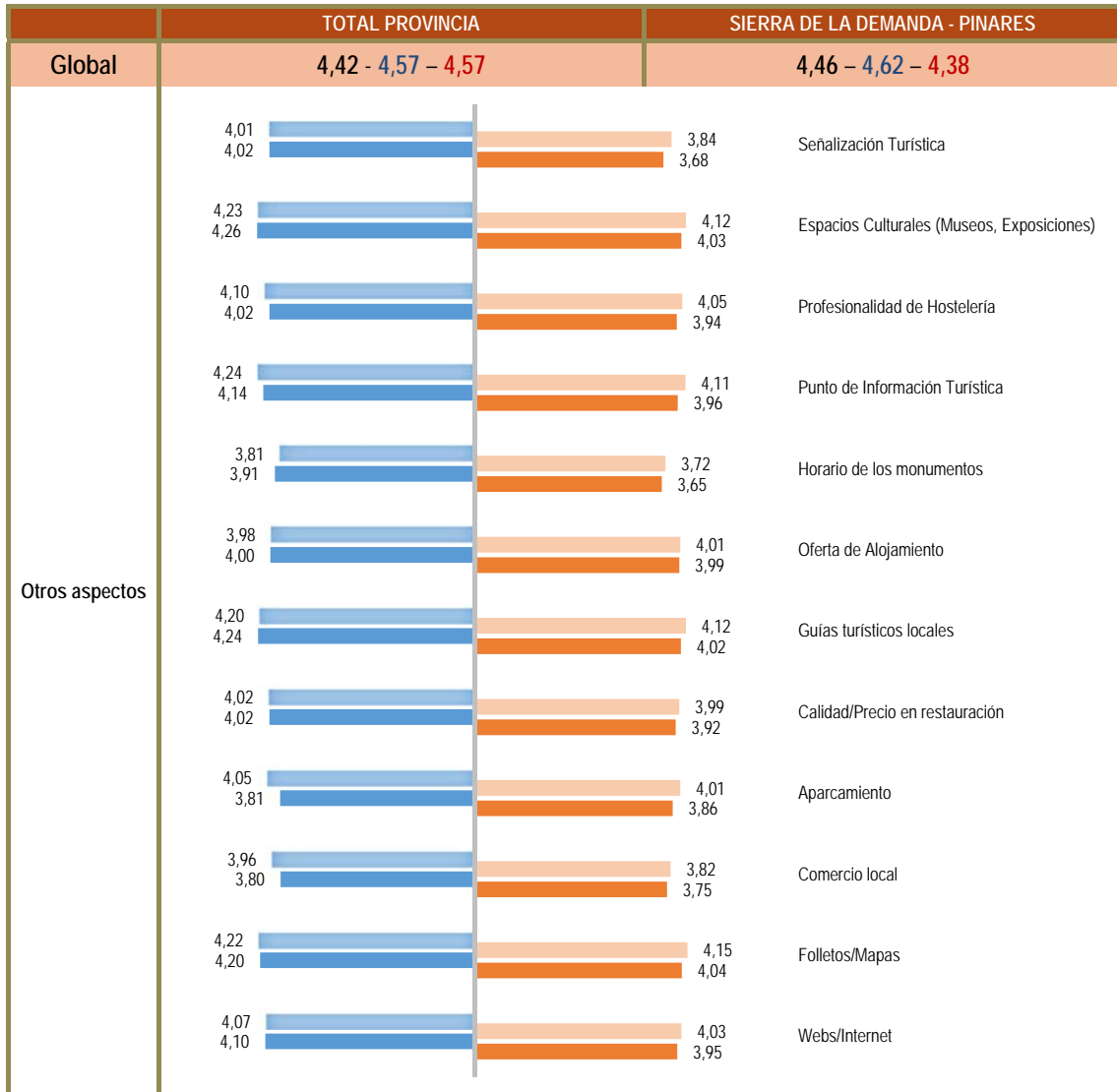


FIDELIZACIÓN





SATISFACCIÓN CON LA VISITA



En color **azul** el ejercicio 2017 y en **naranja** el ejercicio 2018.

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

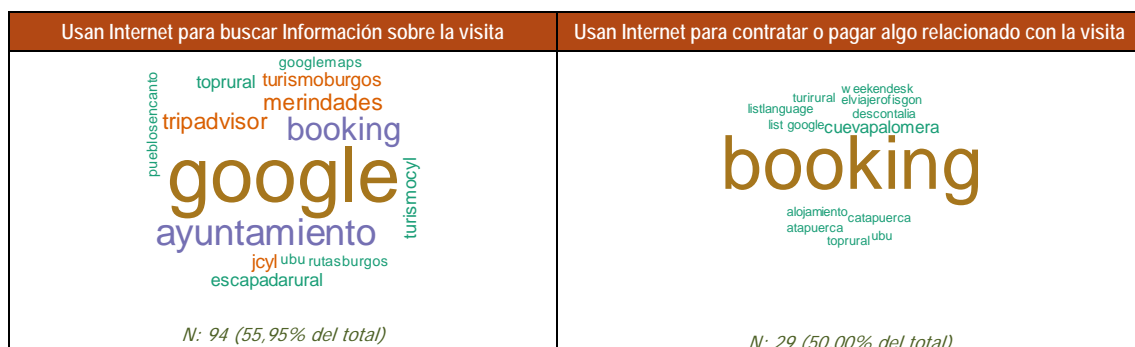
FICHA TÉCNICA

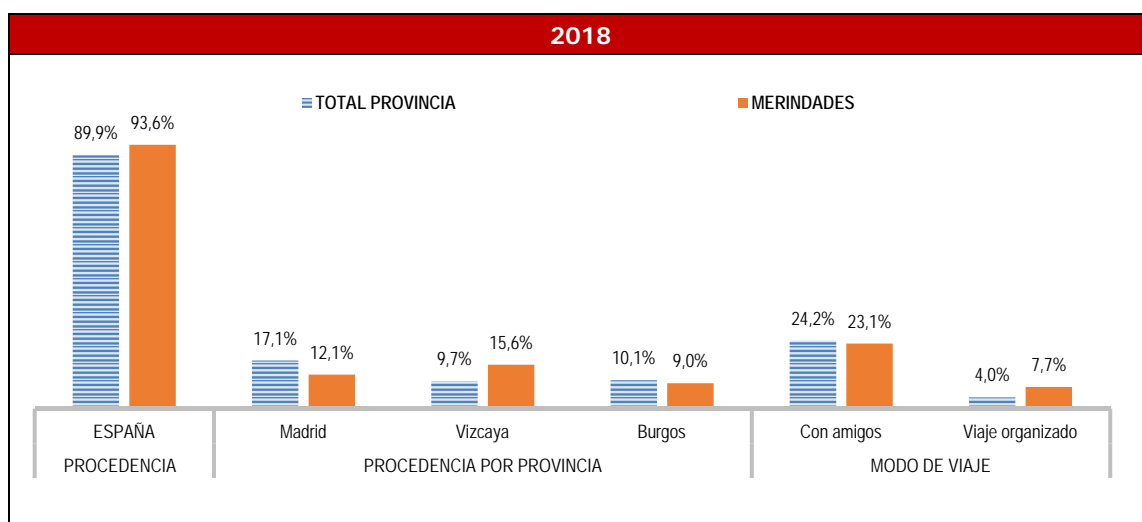
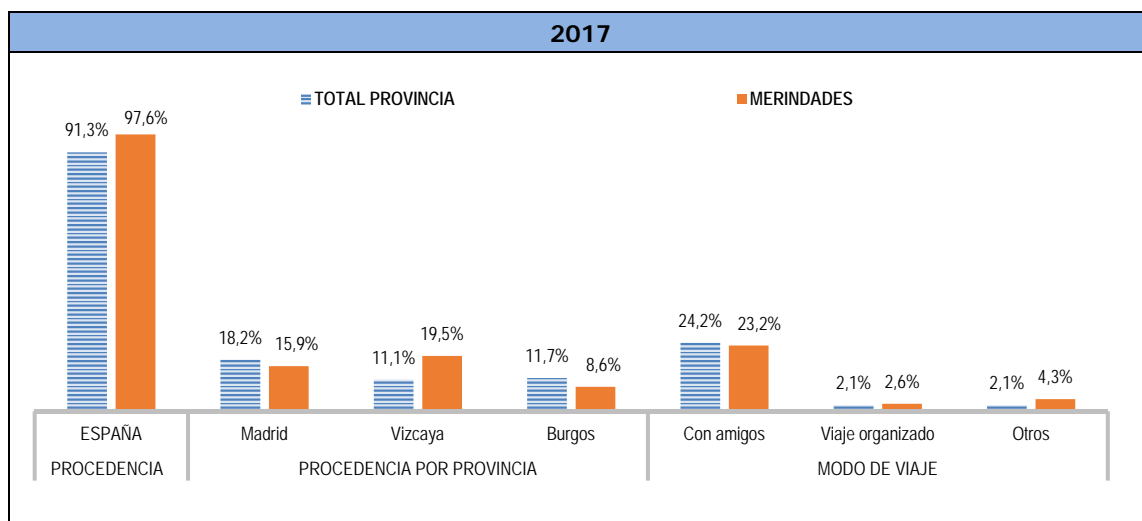
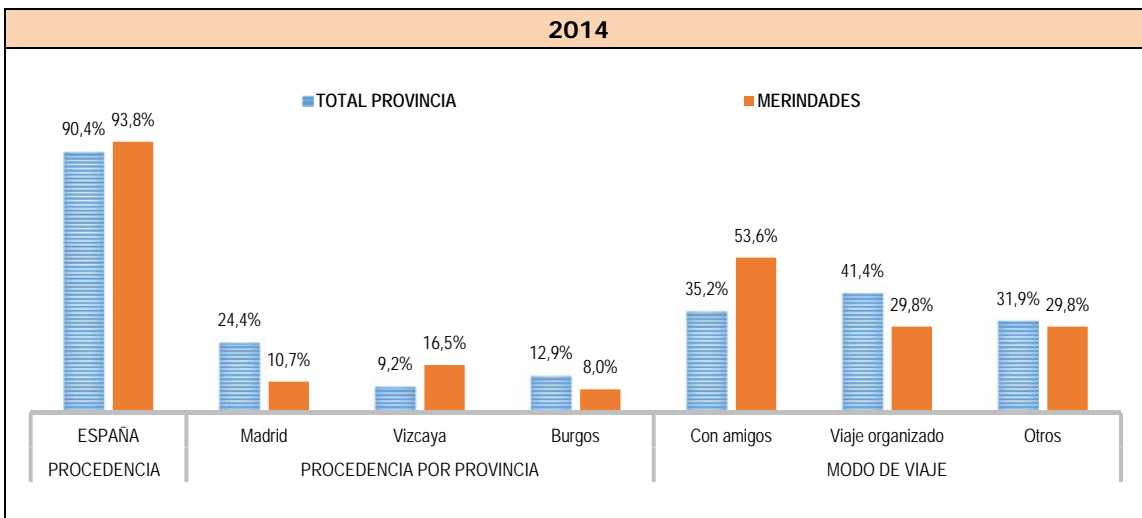
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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 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: 1.554; Total Comarca: 321.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

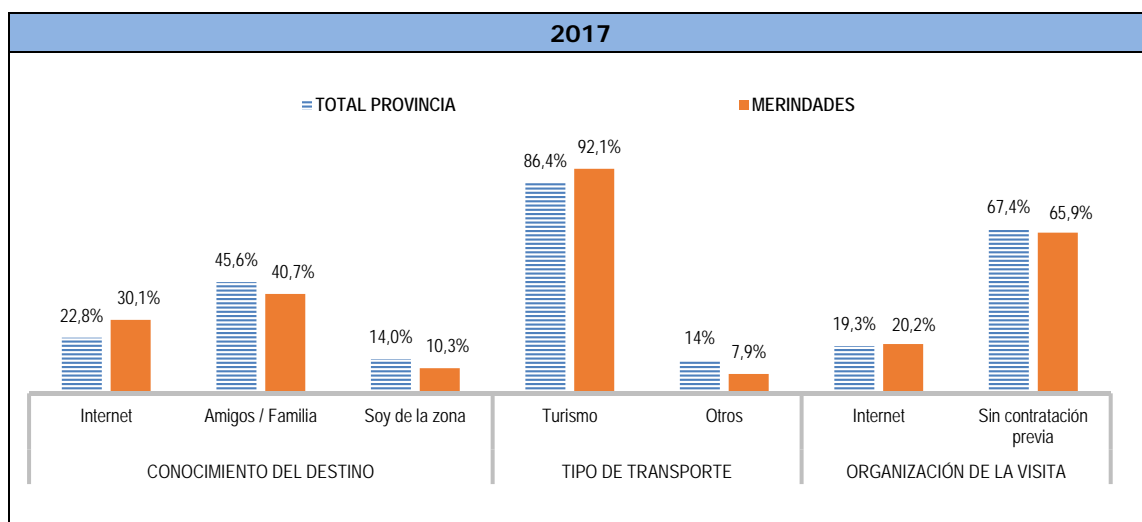
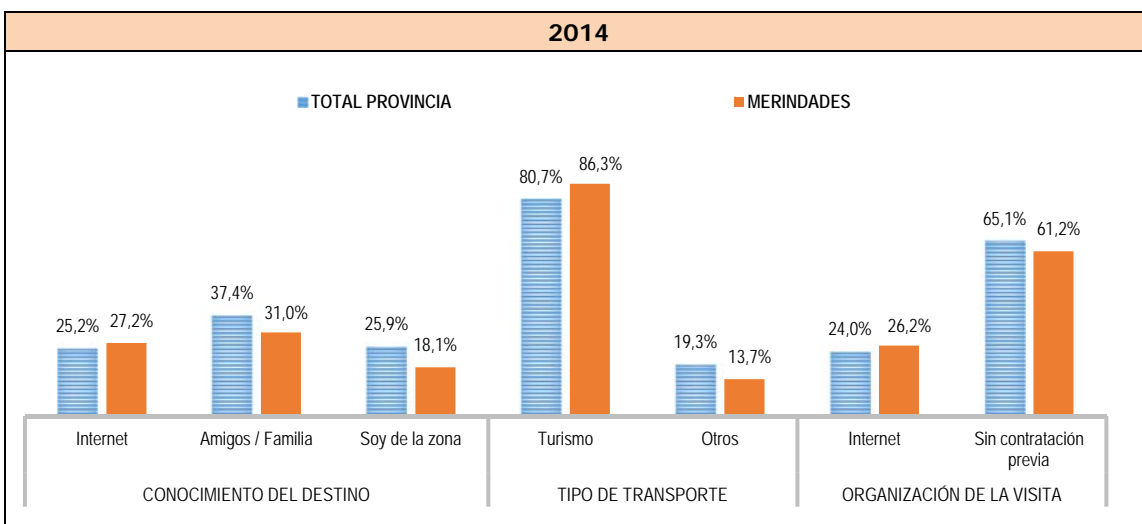
	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES																
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (49,6% - 51,0% - 44,0%) / Mujer (50,4% - 49,0% - 56,0%)																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 40 y 54 años (32,9% - 46,5% - 31,7%)																
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)</td> </tr> <tr> <td>Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)	Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)	España (93,8% - 97,6% - 93,6%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 28,6%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 20,4%)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 20,0%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 11,8%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 28,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 20,4%)	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 20,0%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 11,8%)
Comunidad	Provincia																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,6%)																	
Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)																	
Comunidad	Provincia																	
Pais Vasco (14,0% - 22,1% - 28,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 20,4%)																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 20,0%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 15,9%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 11,8%)																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 3,8%) Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%)	Con amigos (53,6% - 23,2% - 22,9%) Viaje organizado (29,8% - 2,6% - 7,6%)																

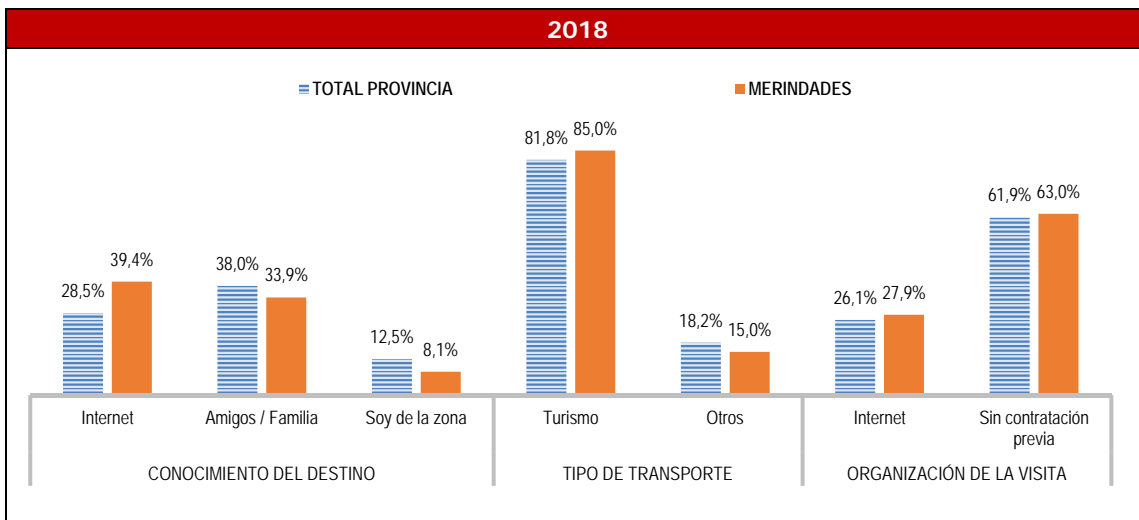




PREPARACIÓN DE LA VISITA

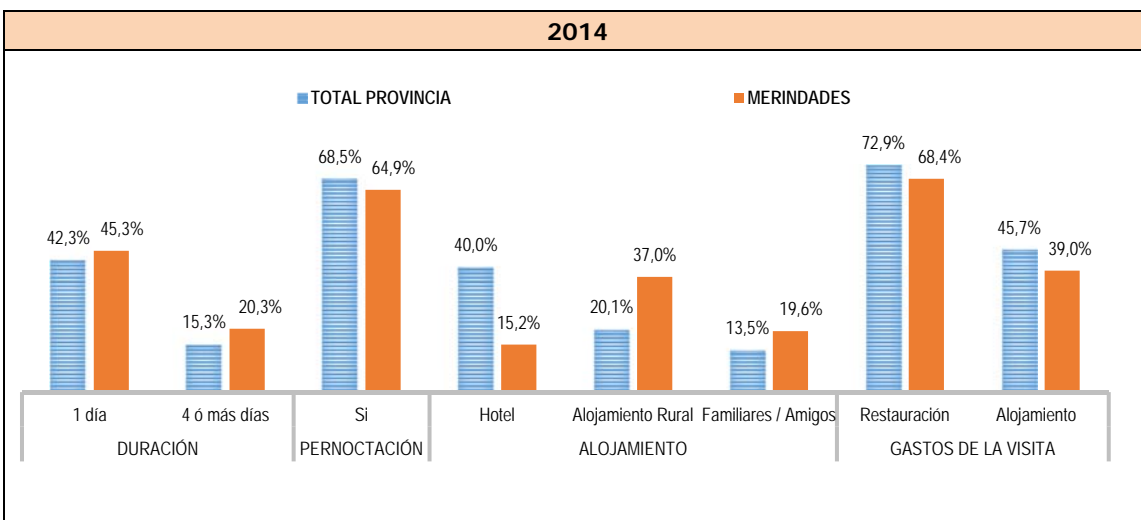
	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,7%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,4%)	Entorno natural (49,8% - 59,6% - 55,5%) Monumentos y patrimonio (55,3% - 52,0% - 55,1%) Conocer lugares nuevos (40,1% - 41,4% - 53,5%) Vacaciones/Tiempo libre (53,3% - 49,3% - 47,4%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 78,3%)	Si (83,0% - 81,5% - 81,9%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,5%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Internet (27,2% - 30,1% - 39,4%) Amigos / Familia (31,0% - 40,7% - 33,9%) Soy de la zona (18,1% - 10,3% - 8,1%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (86,3% - 92,1% - 84,7%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 26,1%)	Sin contratación previa (61,2% - 65,9% - 63,0%) Internet (26,2% - 20,2% - 28,0%)

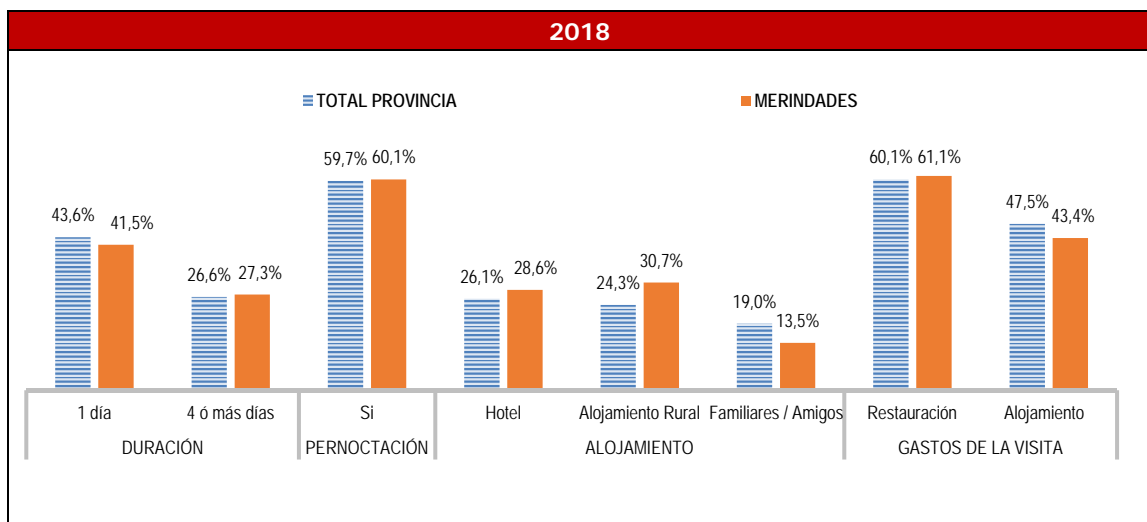
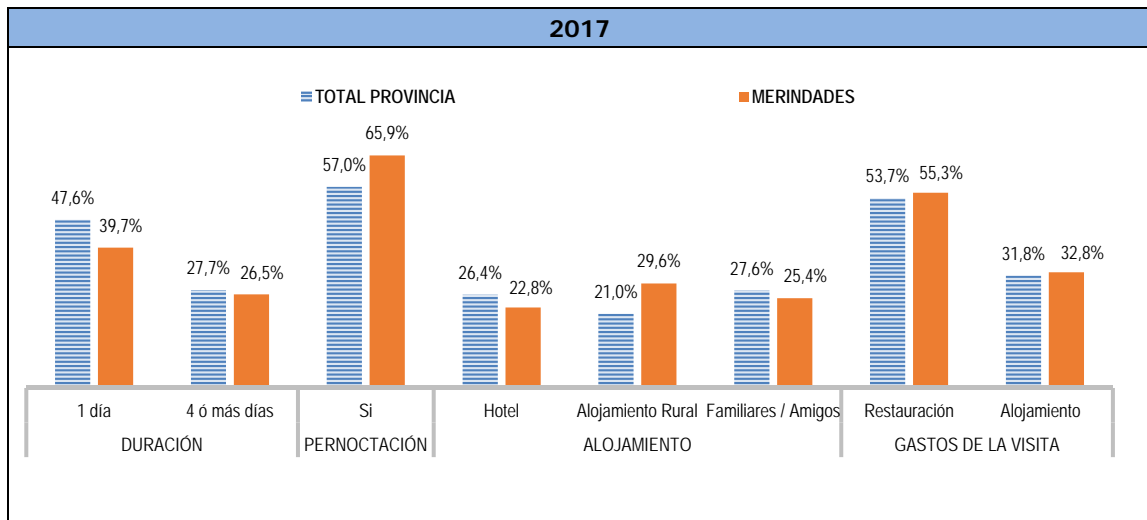




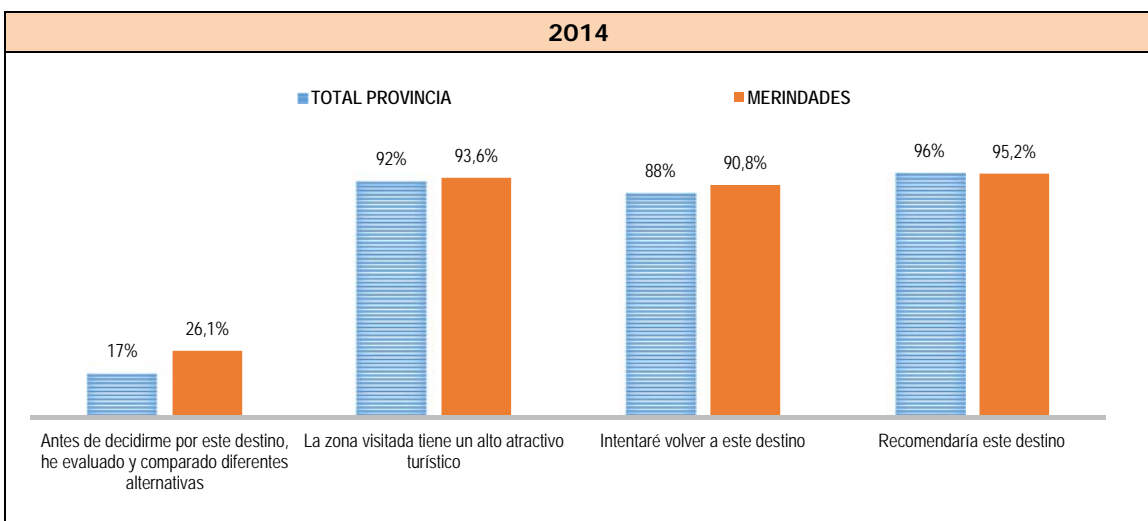
VISITA

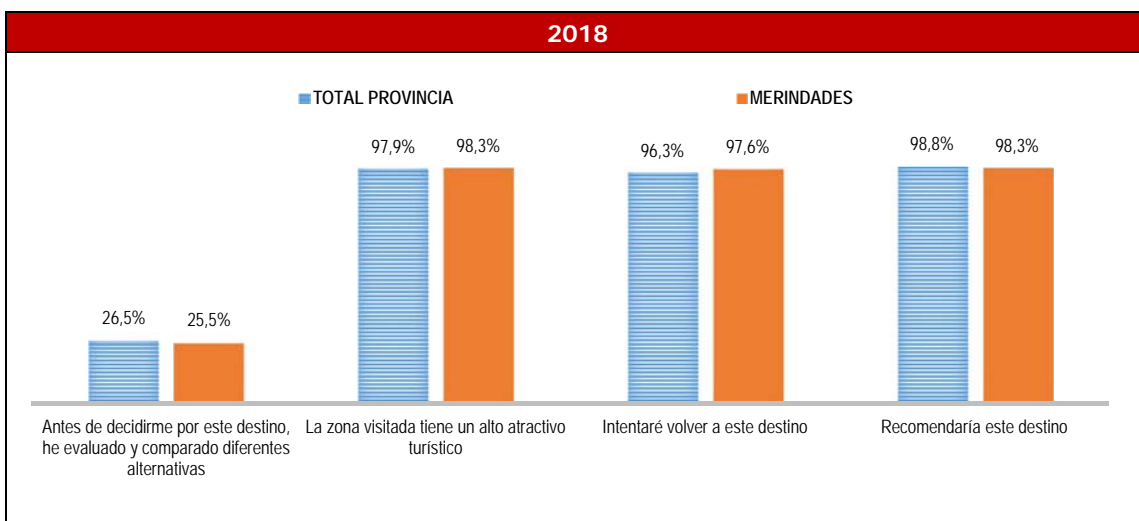
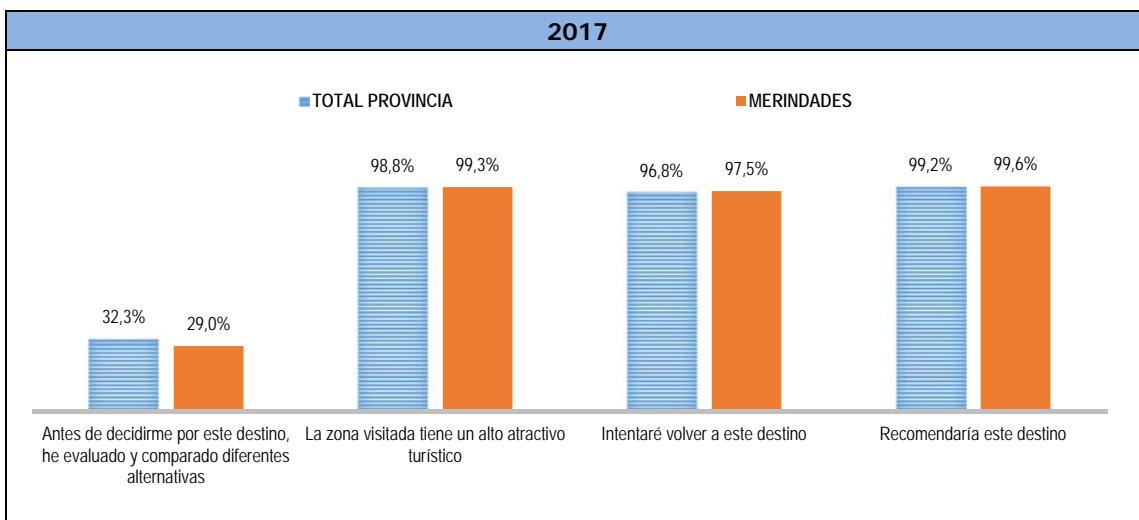
	TOTAL PROVINCIA	MERINDADES
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,6%)	1 día (45,3% - 39,7% - 41,5%) 4 o más días (20,3% - 26,5% - 27,3%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (64,9% - 65,9% - 60,1%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (15,2% - 22,8% - 28,5%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,5%)	Restauración (68,4% - 55,3% - 60,9%) Alojamiento (39,0% - 32,8% - 43,3%)



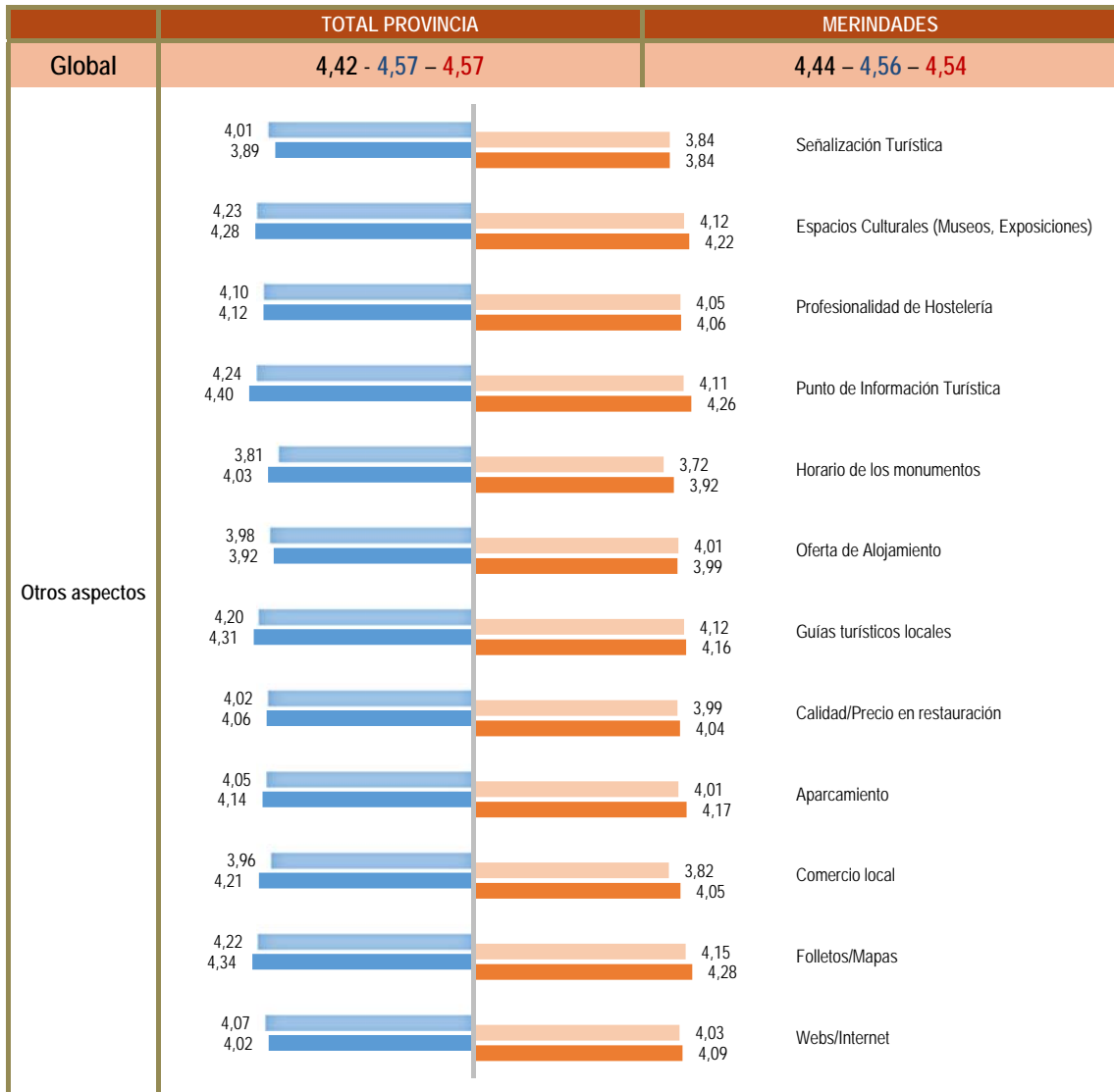


FIDELIZACIÓN





SATISFACCIÓN CON LA VISITA






En color **azul** el ejercicio 2017 y en **naranja** el ejercicio 2018.

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: 217 (67,60% del total)</p>	 <p>N: 107 (33,33% del total)</p>
Aspectos que podría hacerle quedarse más días en su visita a la provincia de Burgos	
 <p>N: 34 (10,59% del total)</p>	



MERINDADES

5.1.6 RIBERA DEL DUERO

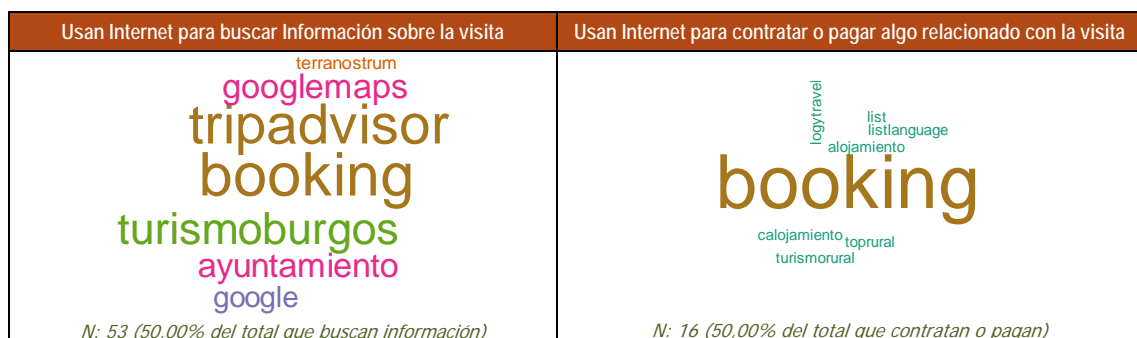
FICHA TÉCNICA

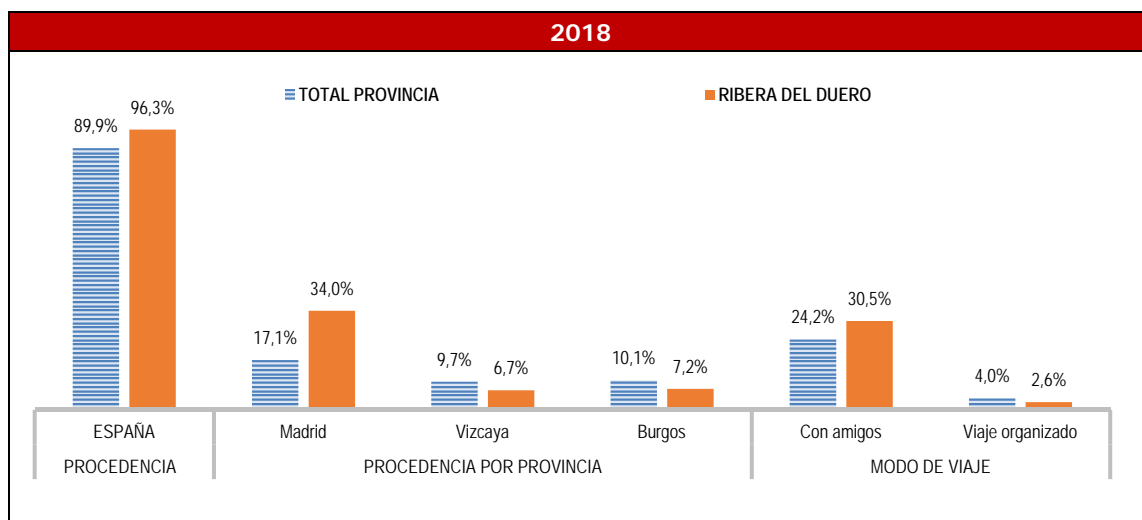
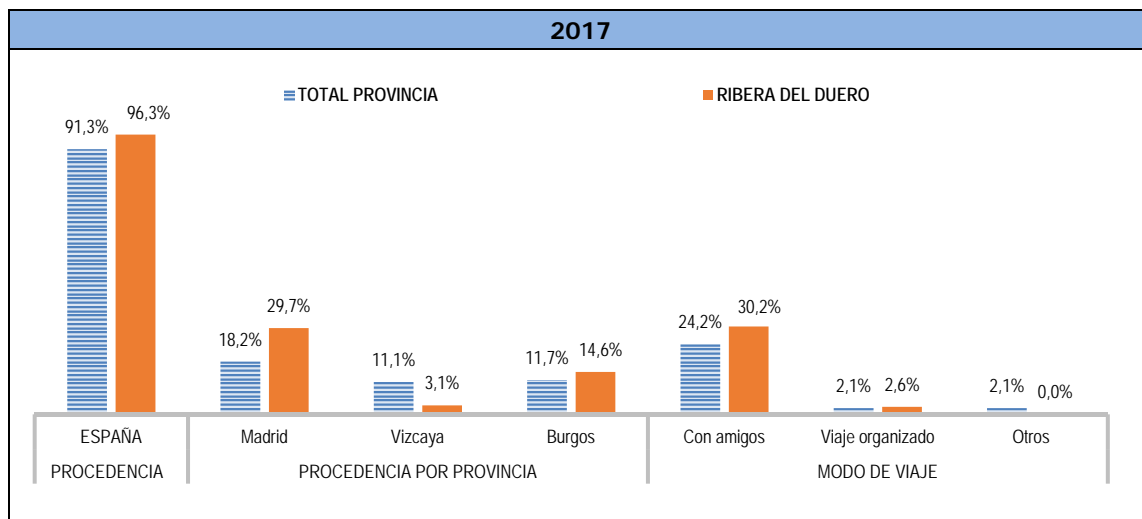
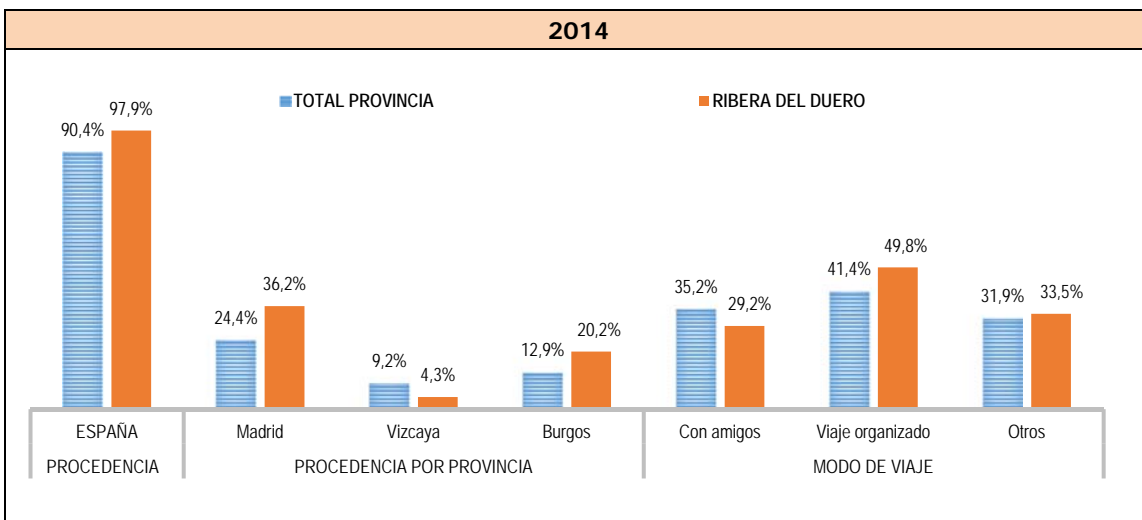
Fecha de realización	Años 2014, 2017 y 2018 (Periodo de encuestación: de Febrero a Diciembre en todos los años)
Recogida de información	Cuestionario estructurado, aprobado según los objetivos establecidos. En preguntas de satisfacción con el viaje y de valoración de la experiencia se utiliza la escala 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: 1.554; Total Comarca: 194.
Nivel de confianza	95% para datos globales de la provincia.
Error muestral	Total provincia: ±2,486% para los datos globales (para poblaciones infinitas (más de 150.000 visitantes año)).
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 negro** refleja los datos del ejercicio 2014, **en color azul** los datos del ejercicio 2017 y **en color rojo** los datos del ejercicio 2018.

PERFIL DE VISITANTE

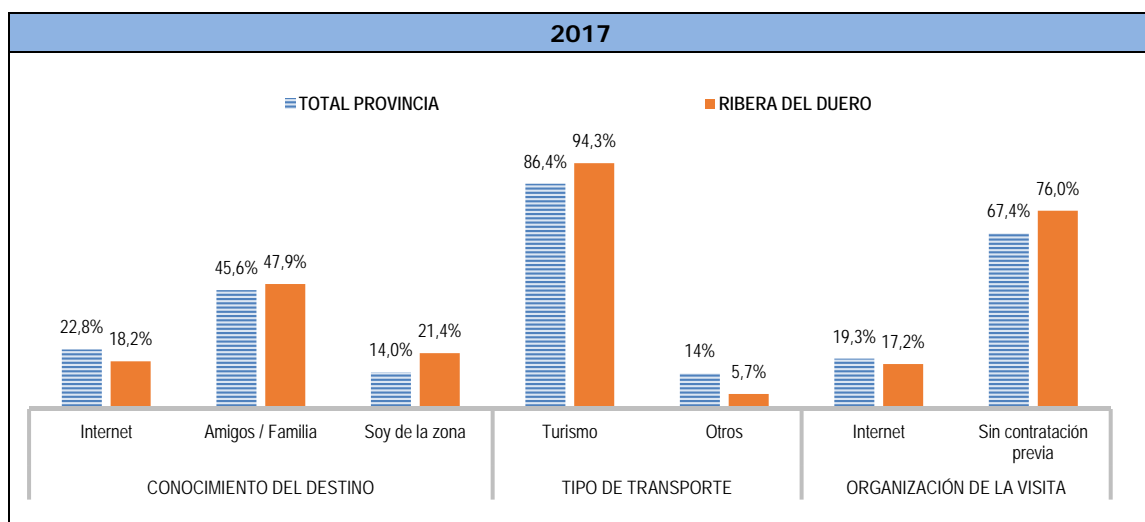
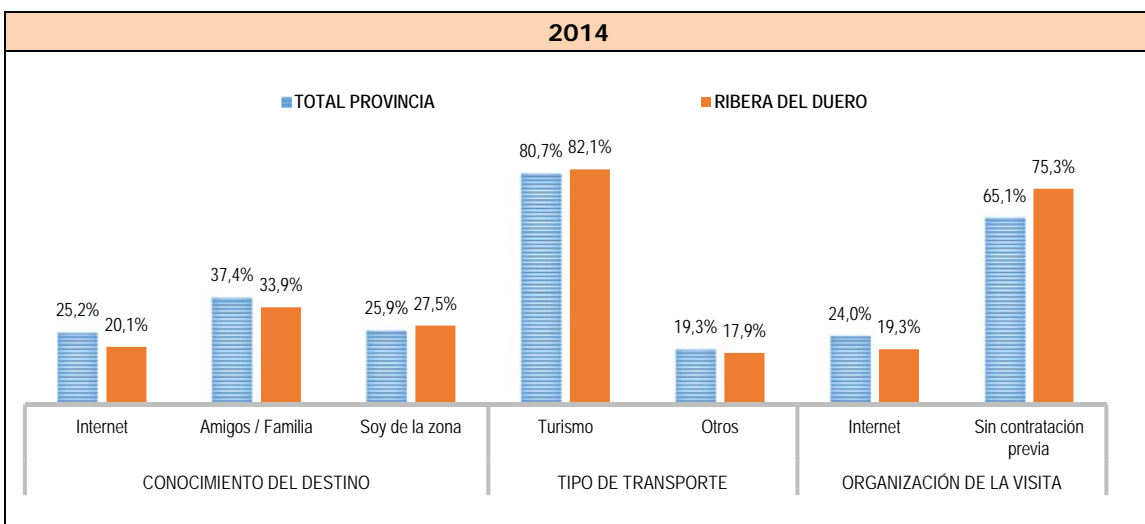
	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO																
Sexo	Hombre (48,1% - 46,6% - 41,0%) / Mujer (51,9% - 53,4% - 59,0%)	Hombre (41,2% - 50,5% - 40,3%) / Mujer (58,8% - 49,5% - 59,7%)																
Edad	Entre 40 y 54 años (37,3% - 45,9% - 41,2%)	Entre 40 y 54 años (42,4% - 48,1% - 42,4%)																
Procedencia	España (90,4% - 91,3% - 89,9%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 12,8%)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,8%)	País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)	España (97,9% - 96,3% - 96,3%) <table border="0"> <tr> <td>Comunidad</td> <td>Provincia</td> </tr> <tr> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)</td> <td>Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)</td> </tr> <tr> <td>Castilla y León (22,0% - 24,7% - 16,4%)</td> <td>Burgos (12,9% - 11,7% - 7,9%)</td> </tr> <tr> <td>País Vasco (14,0% - 22,1% - 12,4%)</td> <td>Vizcaya (9,2% - 11,1% - 7,3%)</td> </tr> </table>	Comunidad	Provincia	Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)	Castilla y León (22,0% - 24,7% - 16,4%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 7,9%)	País Vasco (14,0% - 22,1% - 12,4%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 7,3%)
Comunidad	Provincia																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 22,9%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 21,5%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 12,8%)																	
País Vasco (14,0% - 22,1% - 19,6%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 12,3%)																	
Comunidad	Provincia																	
Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)	Madrid (24,4% - 18,2% - 37,3%)																	
Castilla y León (22,0% - 24,7% - 16,4%)	Burgos (12,9% - 11,7% - 7,9%)																	
País Vasco (14,0% - 22,1% - 12,4%)	Vizcaya (9,2% - 11,1% - 7,3%)																	
Modo de viaje	Viaje organizado (41,4% - 2,1% - 4,0%) Con amigos (35,2% - 24,2% - 24,2%)	Viaje organizado (49,8% - 2,6% - 2,6%) Con amigos (29,2% - 30,2% - 30,5%)																

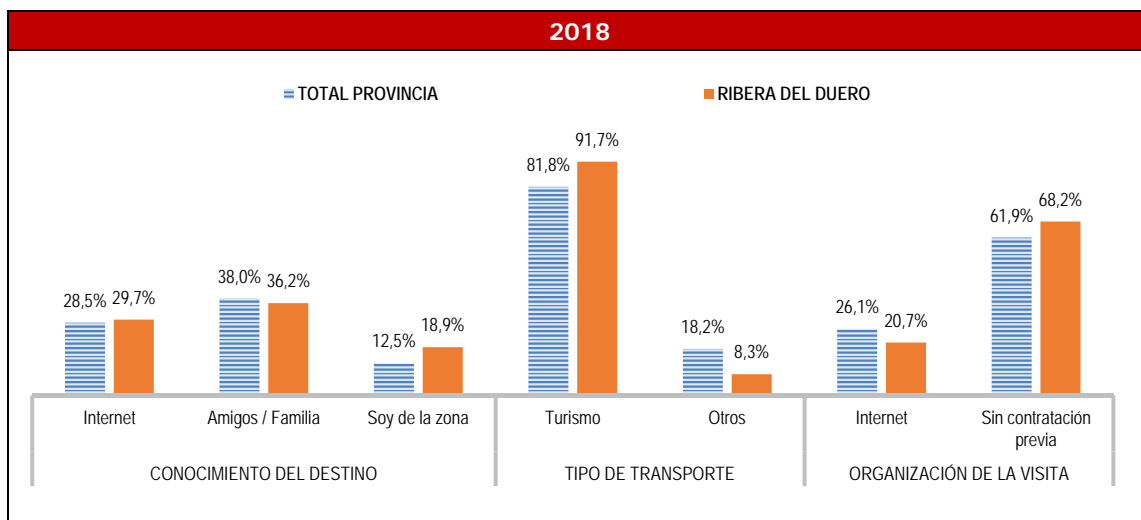




PREPARACIÓN DE LA VISITA

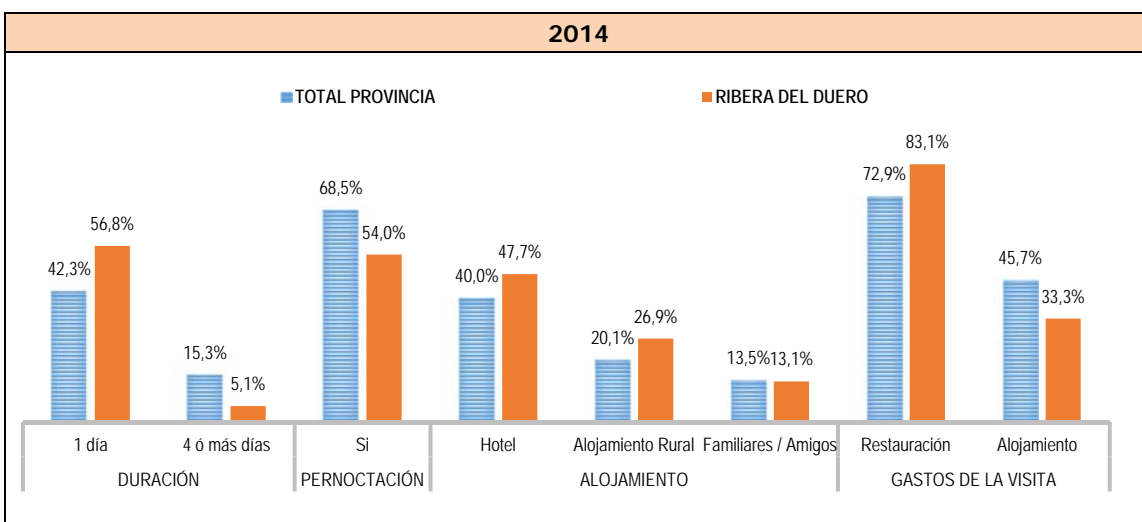
	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO
Motivos para realizar el viaje <i>(en comarca % > 20%)</i>	Vacaciones/Tiempo libre (40,6% - 64,0% - 59,4%) Monumentos y patrimonio (37,3% - 45,2% - 49,4%) Entorno natural (30,8% - 52,9% - 48,7%) Conocer lugares nuevos (24,9% - 38,6% - 46,9%) Disfrutar Gastronomía (16,5% - 24,5% - 28,4%)	Monumentos y patrimonio (37,4% - 59,4% - 45,8%) Vacaciones/Tiempo libre (30,6% - 72,4% - 40,6%) Conocer lugares nuevos (12,5% - 37,0% - 32,3%) Disfrutar Gastronomía (20,6% - 30,7% - 23,4%)
¿Ha estado antes en Burgos provincia?	Si (79,1% - 84,4% - 83,8%)	Si (90,0% - 92,6% - 90,7%)
Conocimientos del destino <i>(en comarca % > 20%)</i>	Amigos / Familia (37,4% - 45,6% - 38,0%) Internet (25,2% - 22,8% - 28,5%) Soy de la zona (25,9% - 14,0% - 12,5%)	Amigos / Familia (33,9% - 47,9% - 36,2%) Internet (20,1% - 18,2% - 29,7%) Soy de la zona (27,5% - 21,4% - 18,9%)
Tipo de transporte	Turismo (80,7% - 86,4% - 81,8%)	Turismo (82,1% - 94,3% - 91,7%)
Organización de la visita	Sin contratación previa (65,1% - 67,4% - 61,9%) Internet (24,0% - 19,3% - 27,1%)	Sin contratación previa (75,3% - 76,0% - 68,2%) Internet (19,3% - 17,2% - 20,7%)

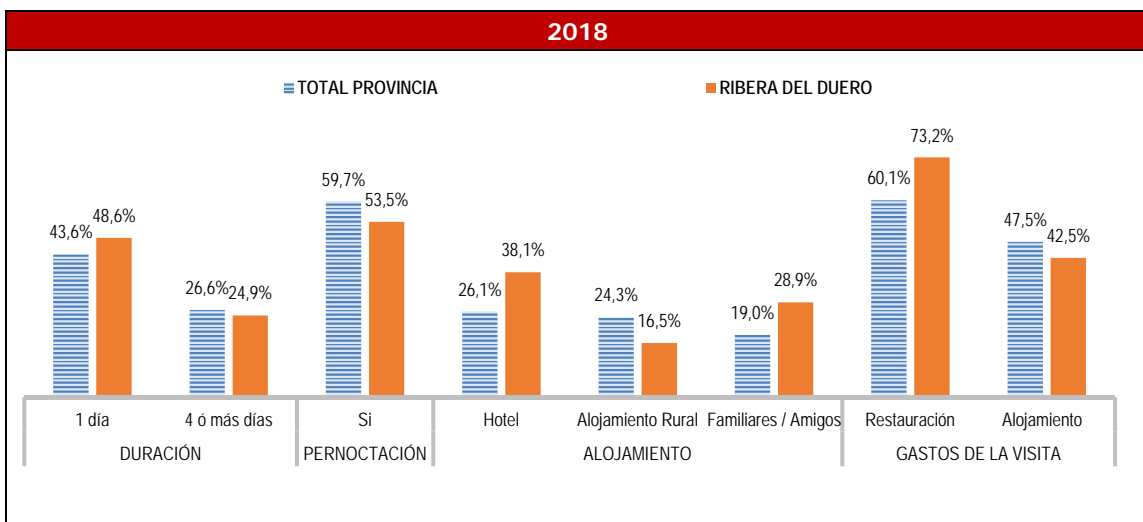
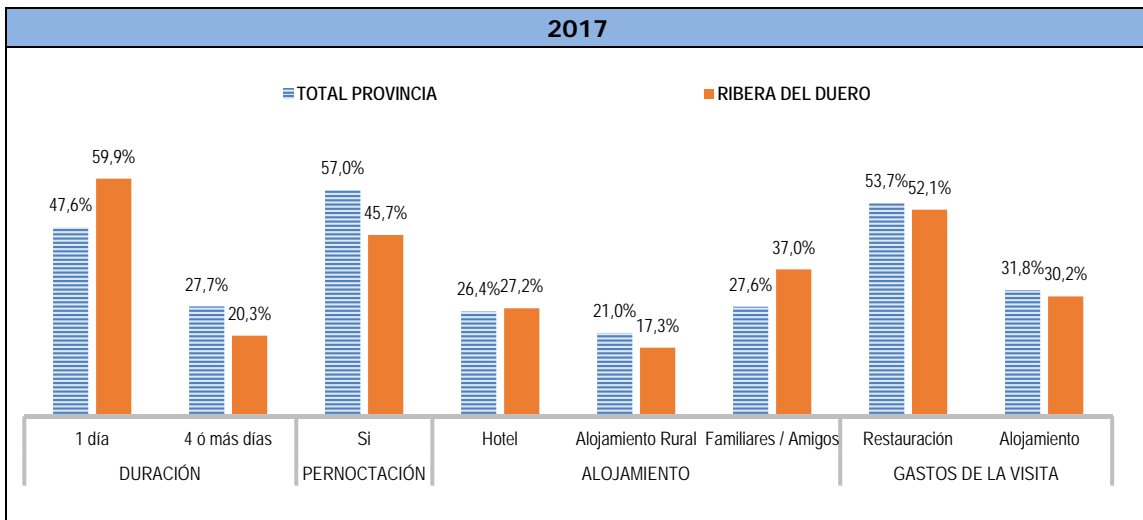




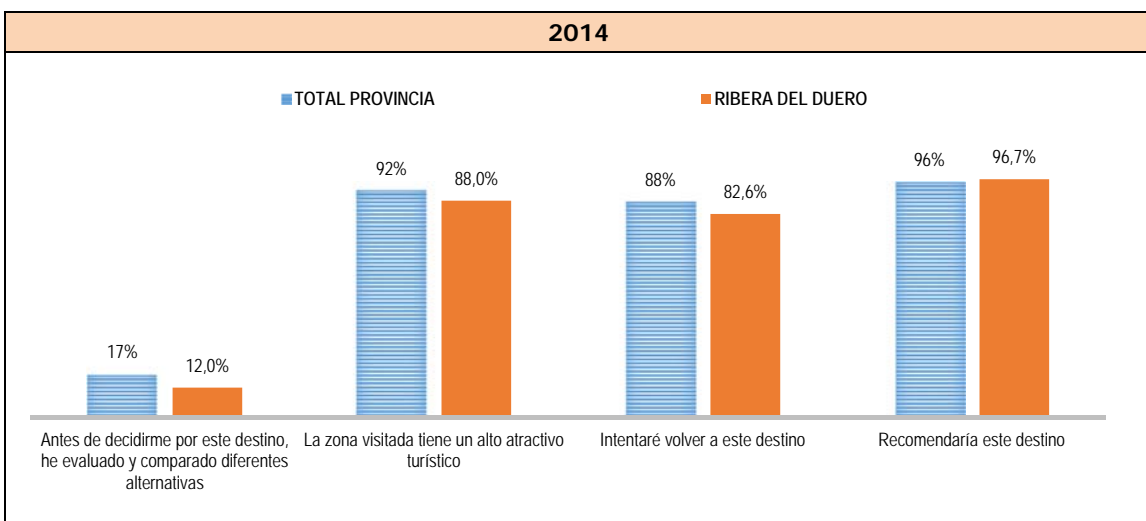
VISITA

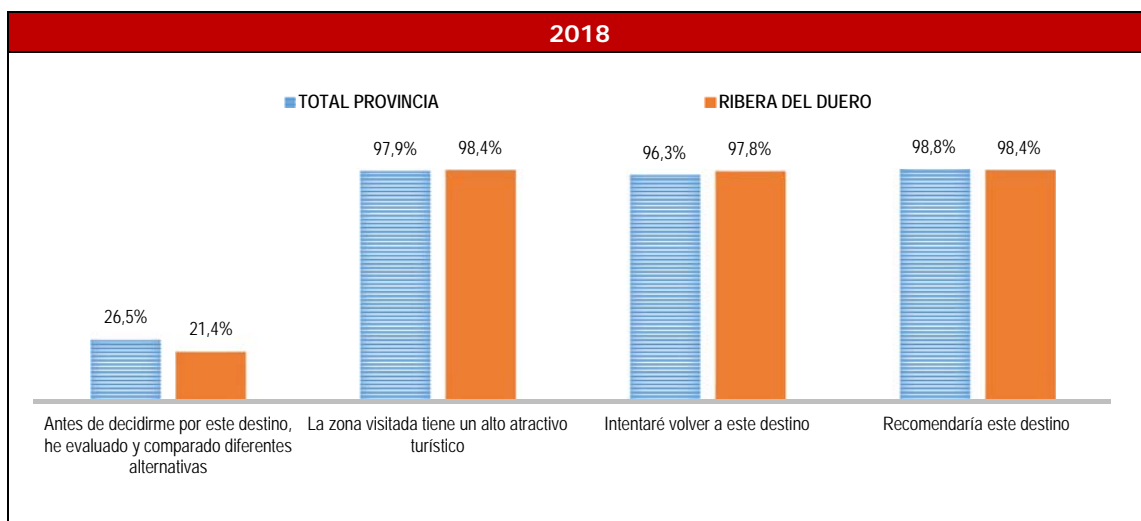
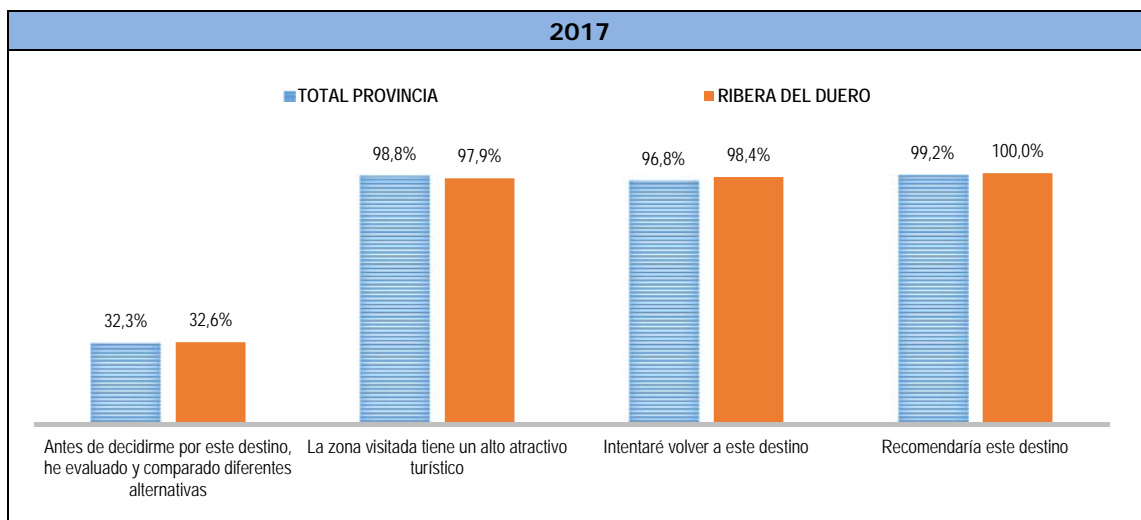
	TOTAL PROVINCIA	RIBERA DEL DUERO
Duración	1 día (42,3% - 47,6% - 43,6%) 4 o más días (15,3% - 27,7% - 26,6%)	1 día (56,8% - 59,9% - 48,7%) 4 o más días (5,1% - 20,3% - 24,9%)
Pernoctación	Si (68,5% - 57,0% - 59,7%)	Si (54,0% - 45,7% - 53,5%)
Tipo principal de alojamiento	Hotel (40,0% - 26,4% - 26,1%)	Hotel (47,7% - 27,2% - 38,1%)
Principales gastos de la visita	Restauración (72,9% - 53,7% - 60,1%) Alojamiento (45,7% - 31,8% - 47,5%)	Restauración (83,1% - 52,1% - 73,2%) Alojamiento (33,3% - 30,2% - 42,5%)



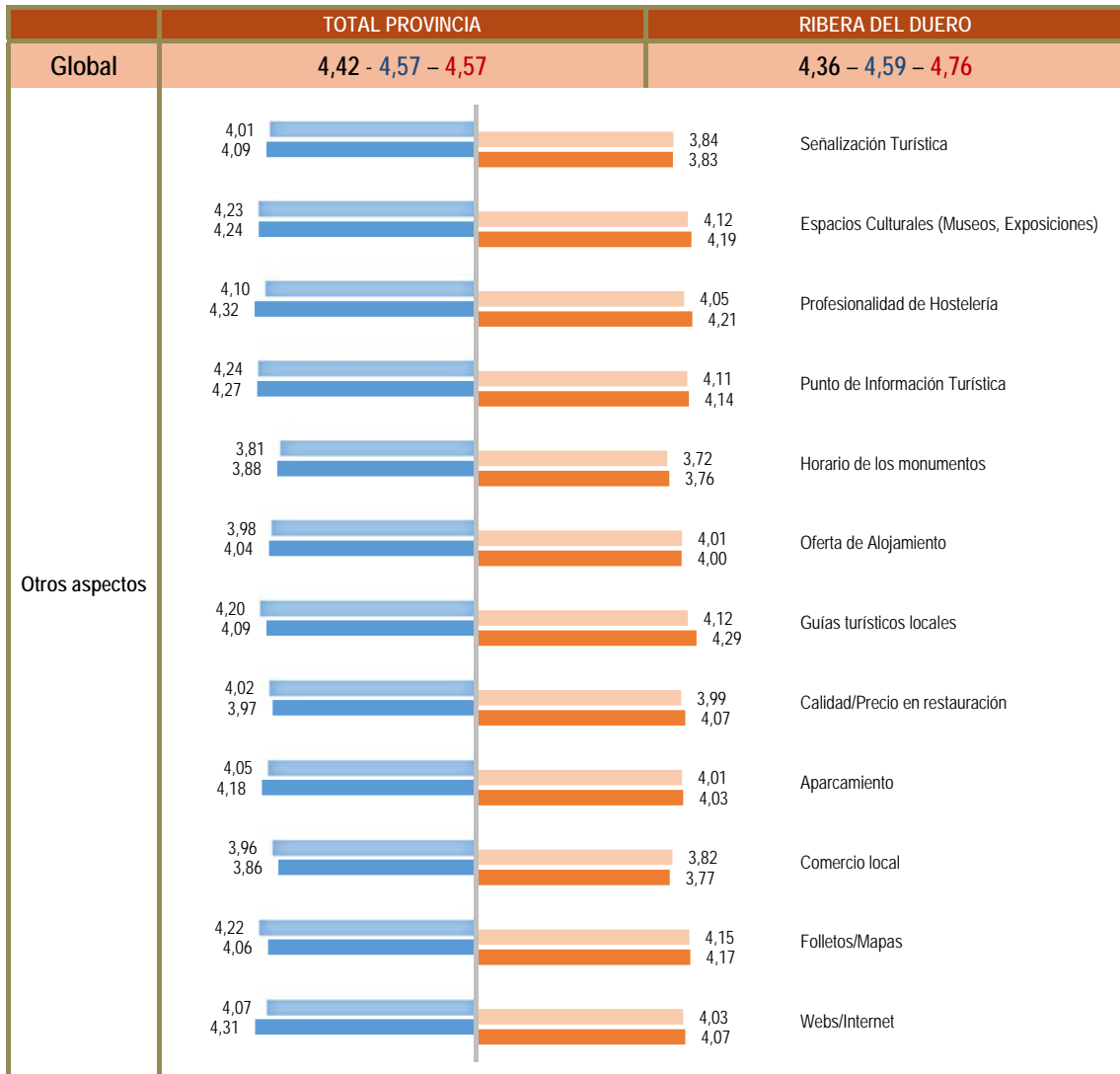


FIDELIZACIÓN





SATISFACCIÓN CON LA VISITA



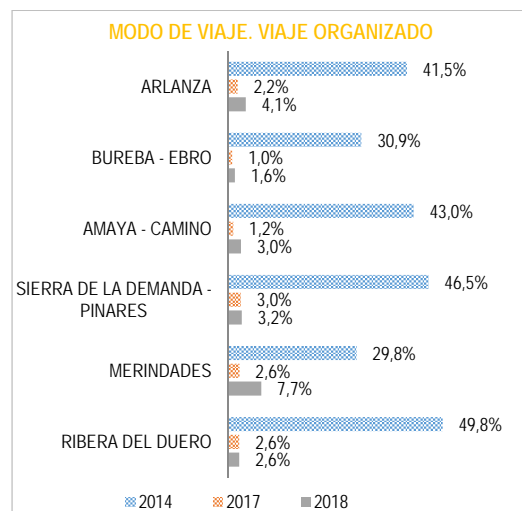
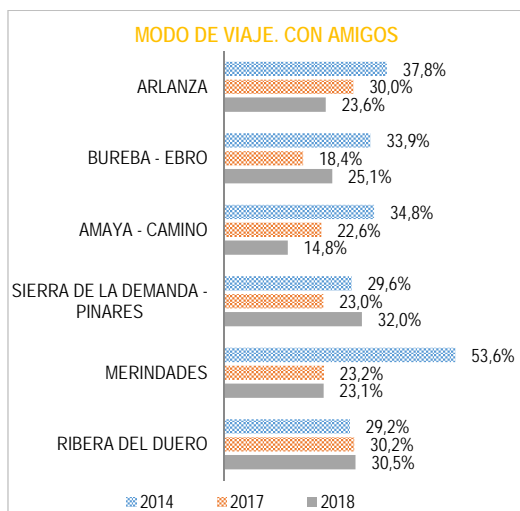
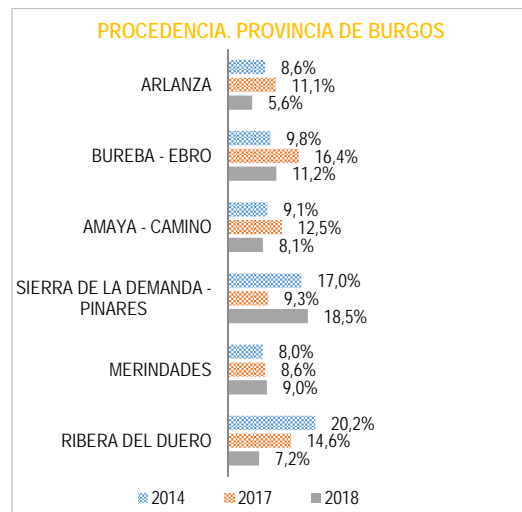
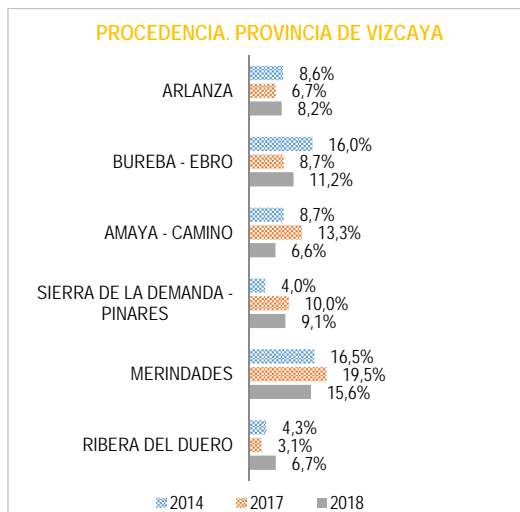
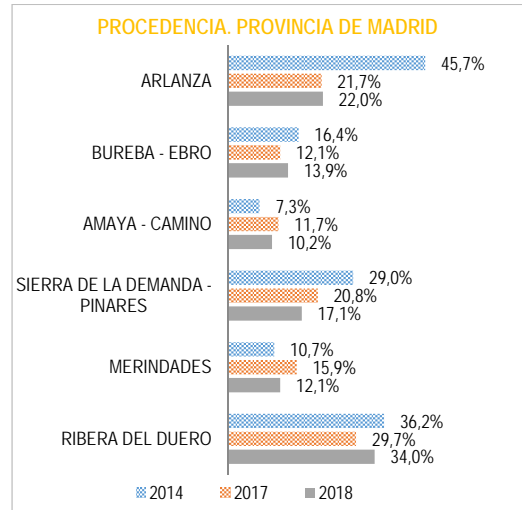
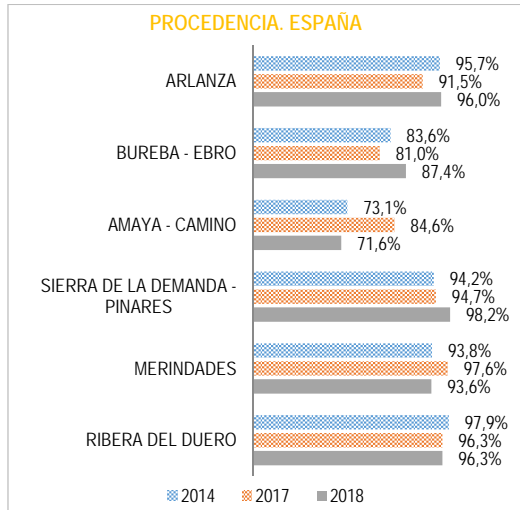
En color **azul** el ejercicio 2017 y en **naranja** el ejercicio 2018.

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

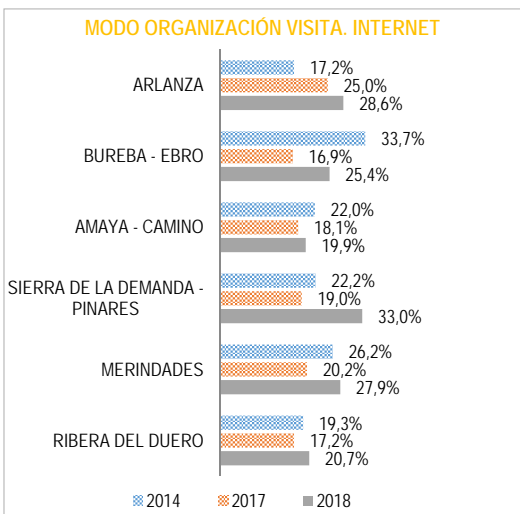
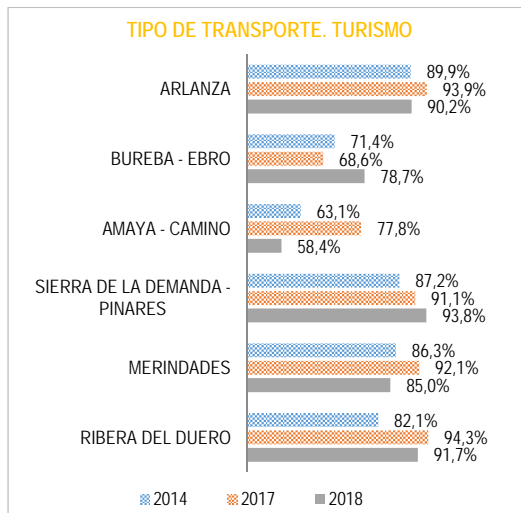
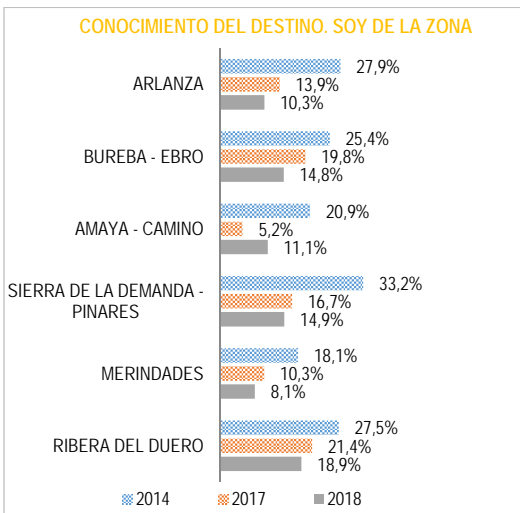
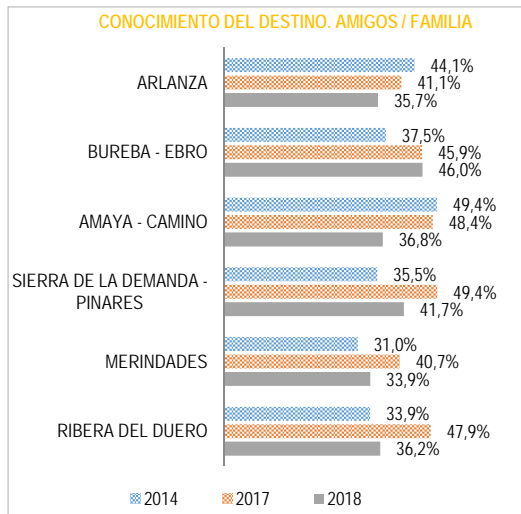
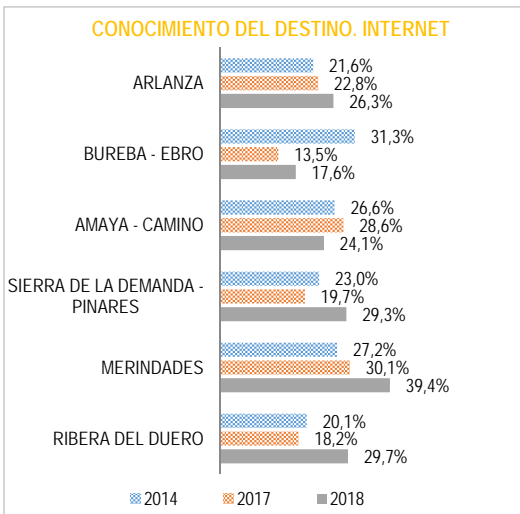


5.2 Análisis Comparativo entre Comarcas de la Provincia

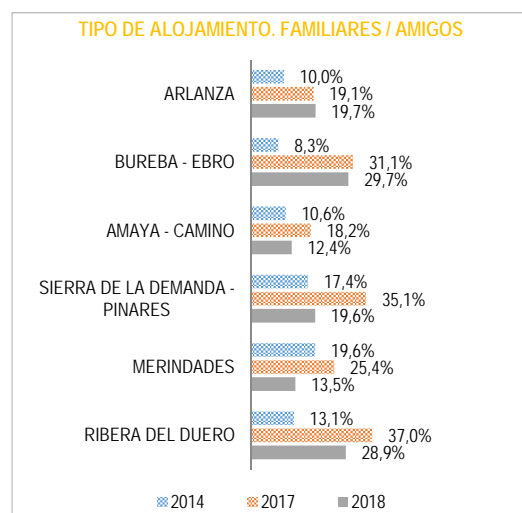
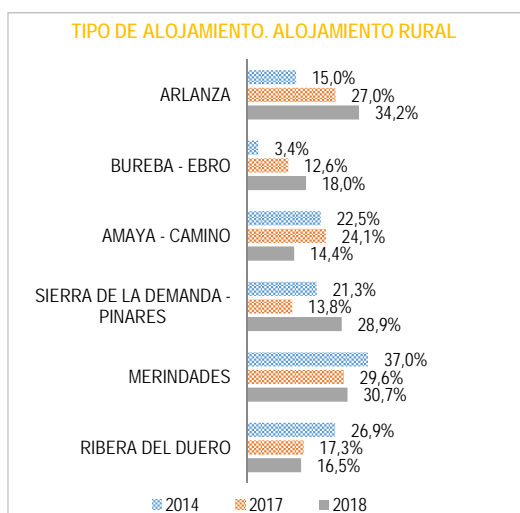
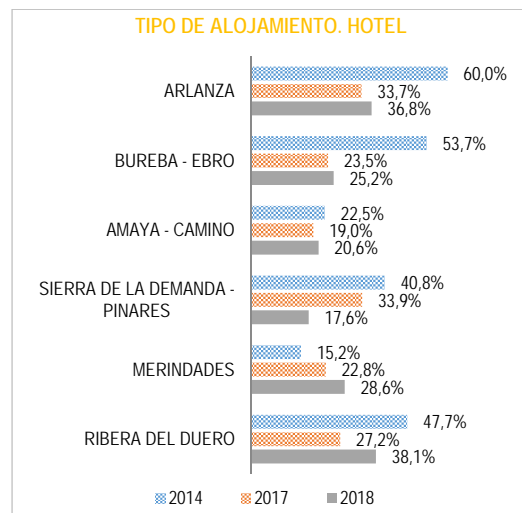
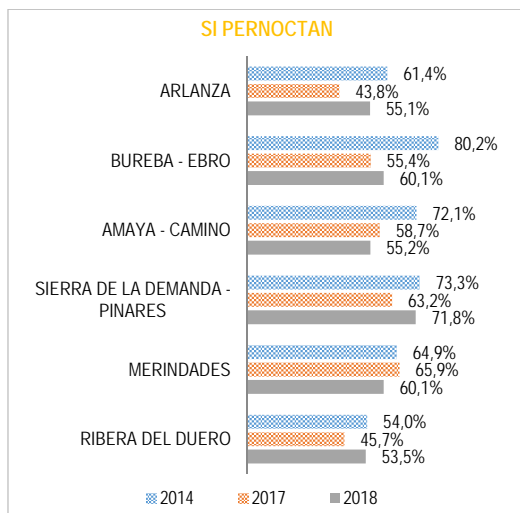
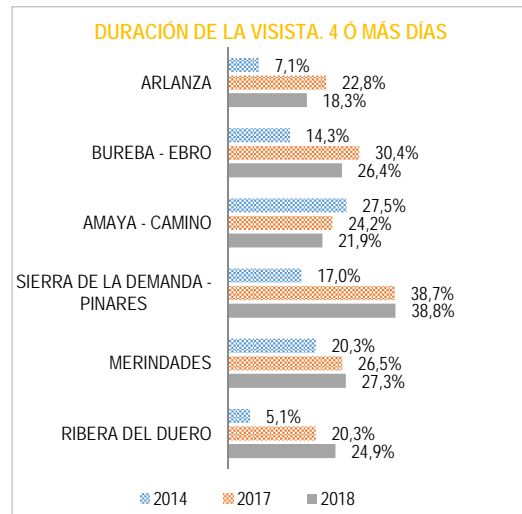
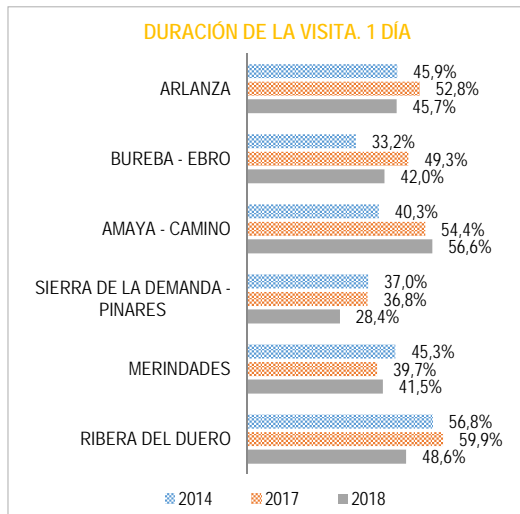
PERFIL DE VISITANTE

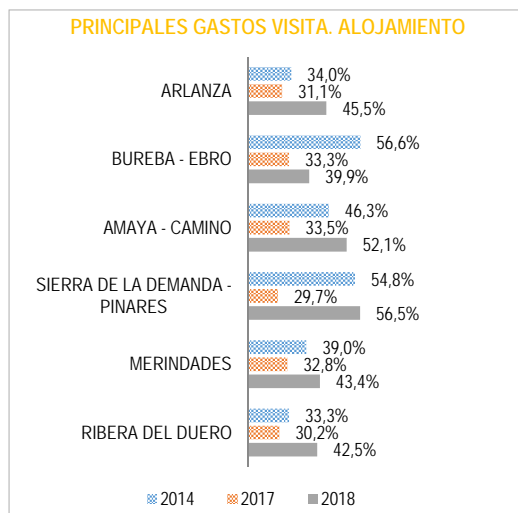
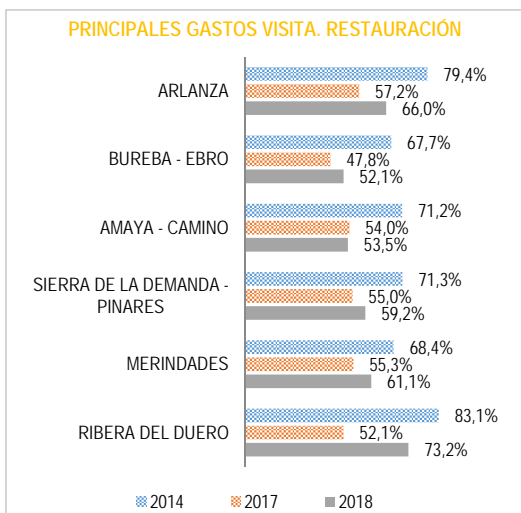


PREPARACIÓN DE LA VISITA



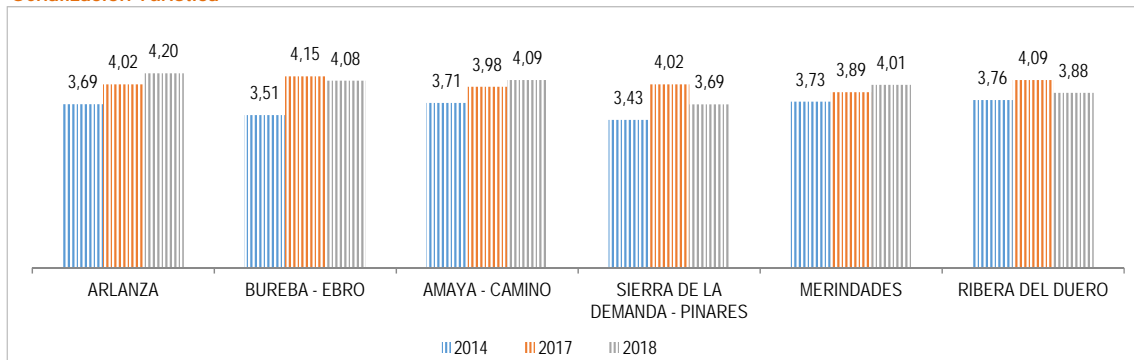
VISITA



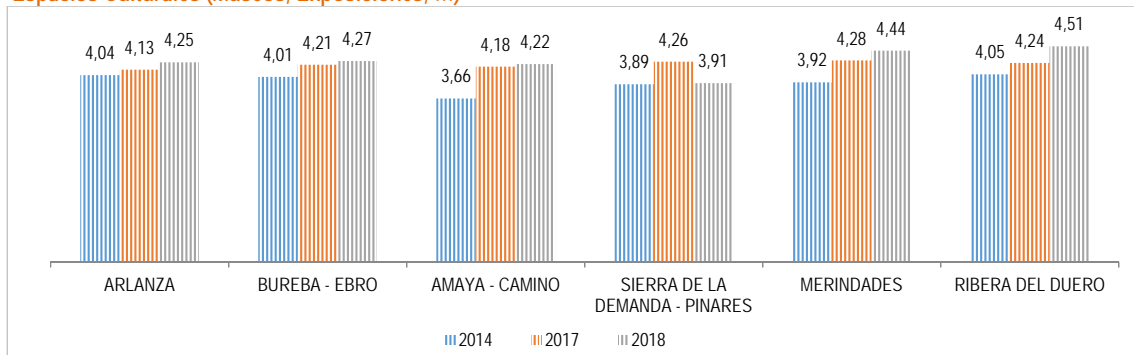


SATISFACCIÓN CON LA VISITA

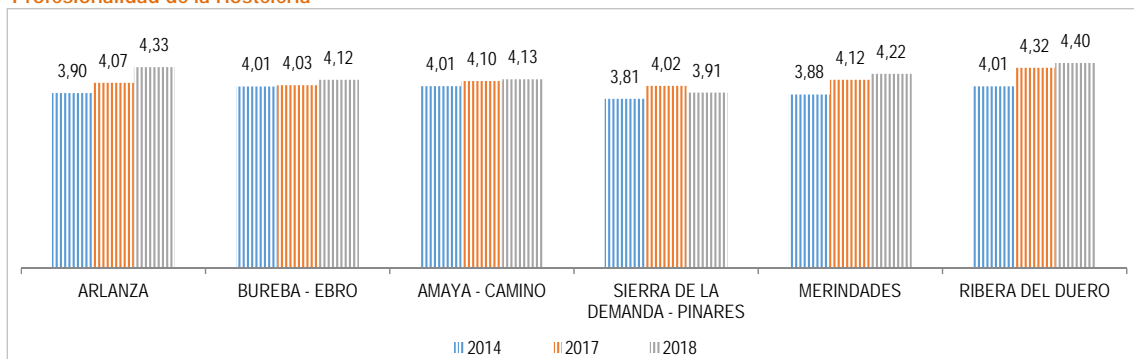
Señalización Turística



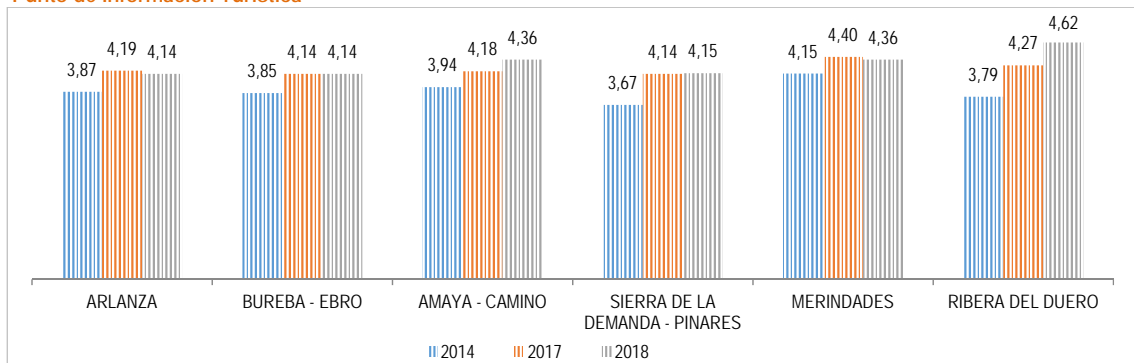
Espacios Culturales (Museos, Exposiciones, ...)



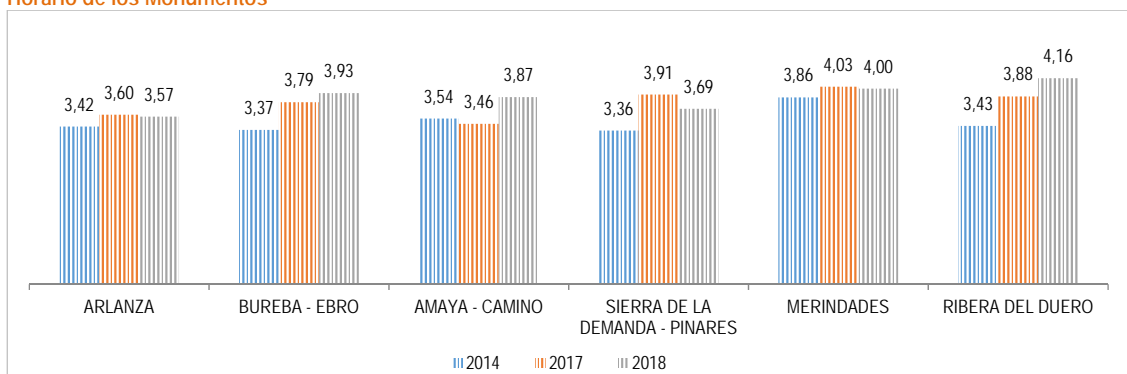
Profesionalidad de la Hostelería



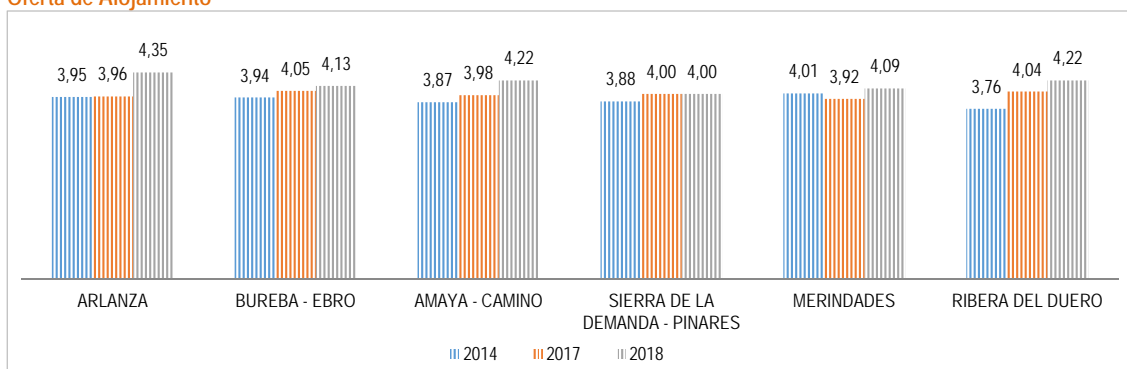
Punto de Información Turística



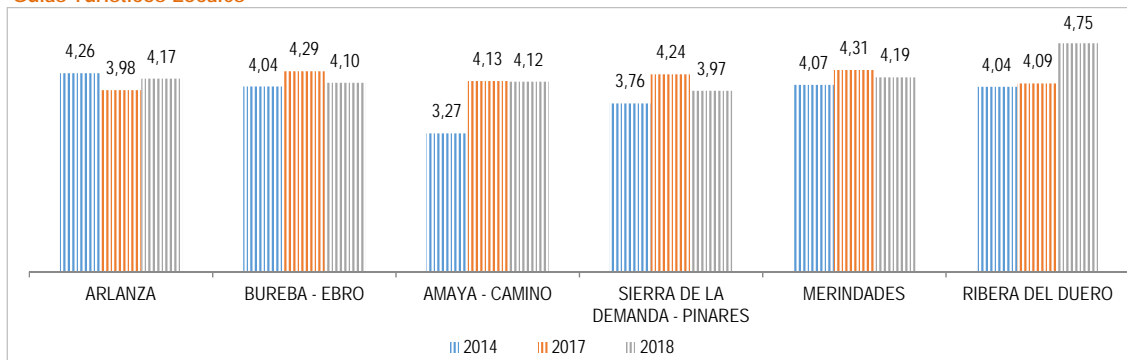
Horario de los Monumentos



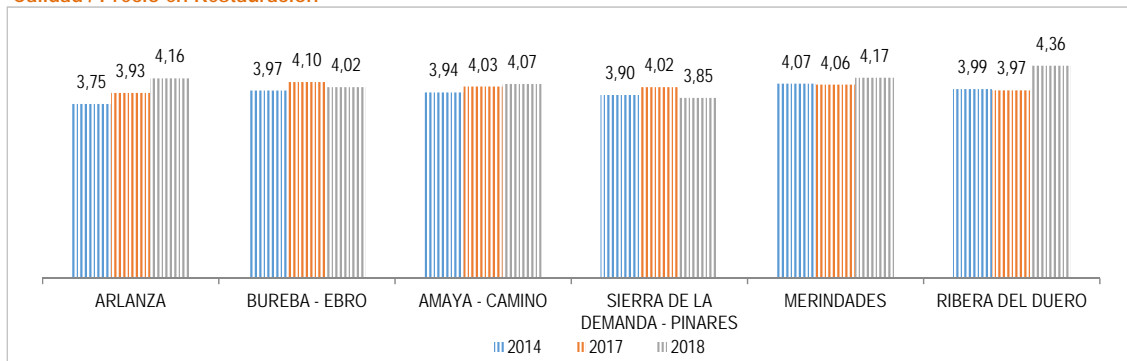
Oferta de Alojamiento



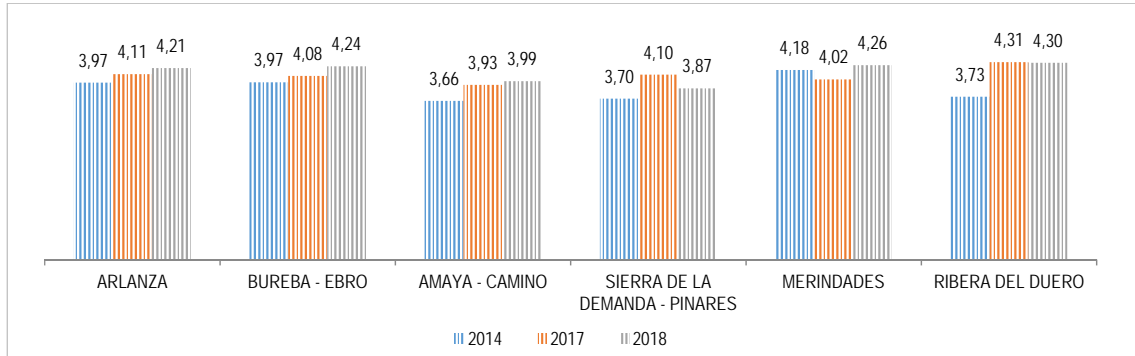
Guías Turísticas Locales



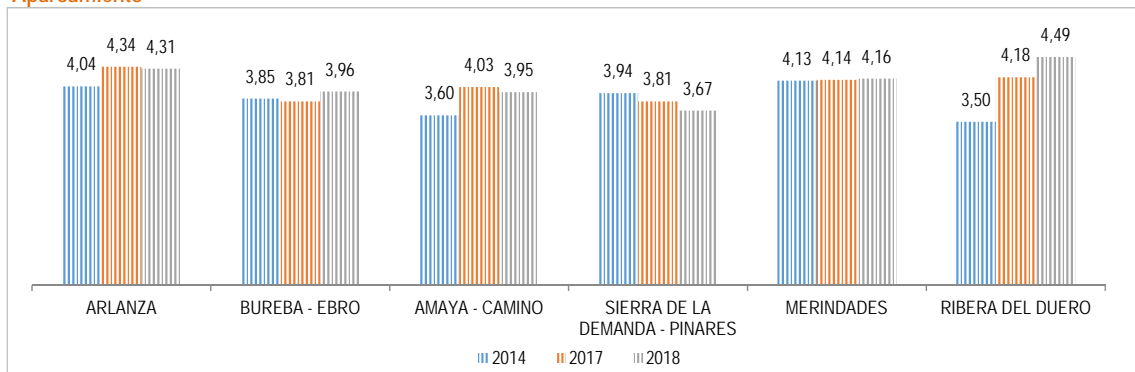
Calidad / Precio en Restauración



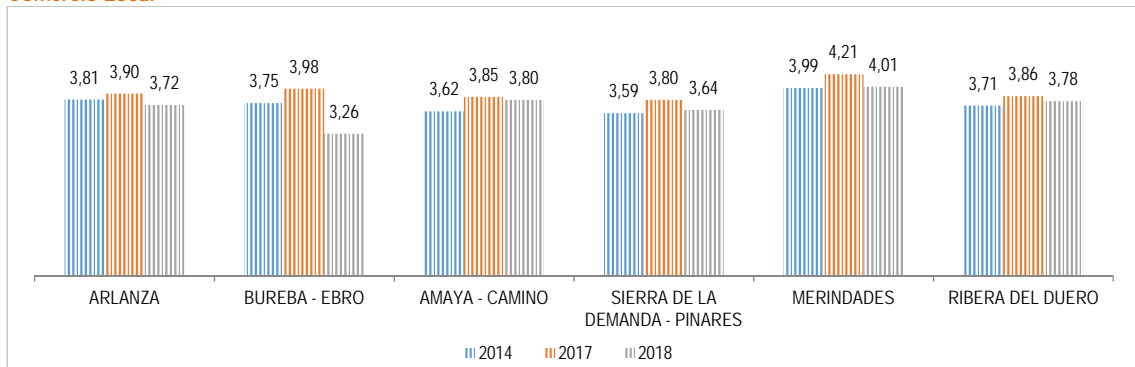
Webs / Internet



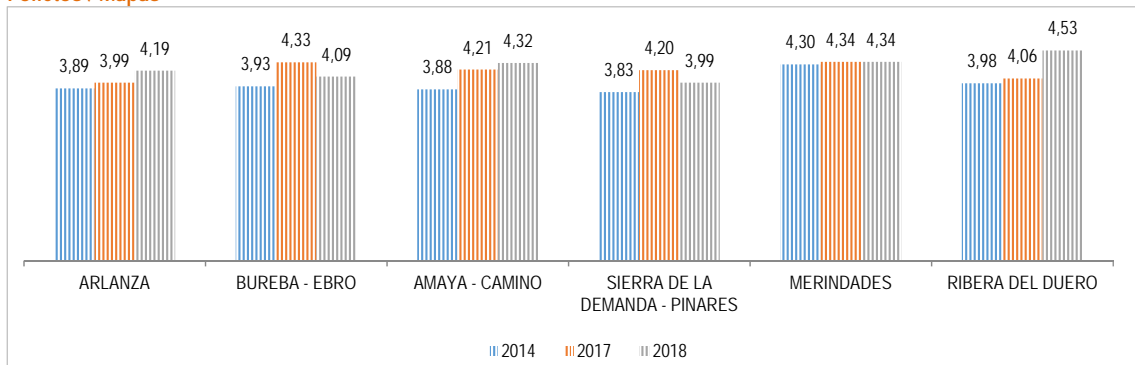
Aparcamiento



Comercio Local

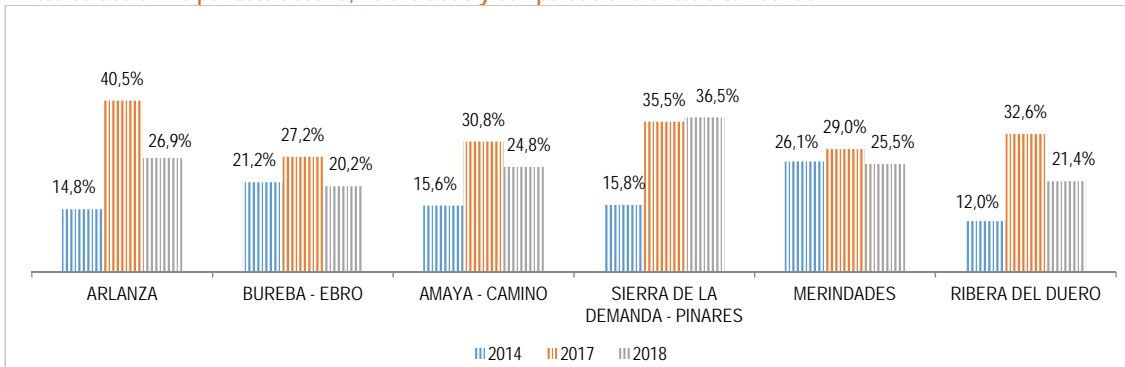


Folletos / Mapas

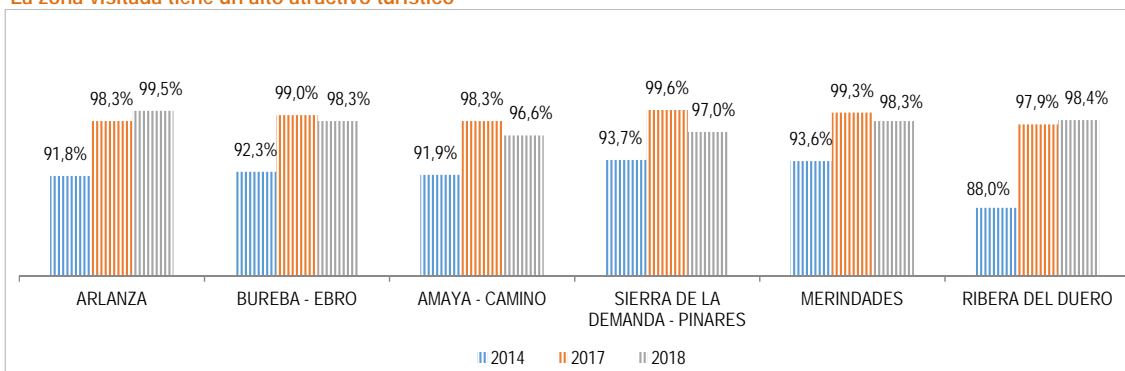


FIDELIZACIÓN

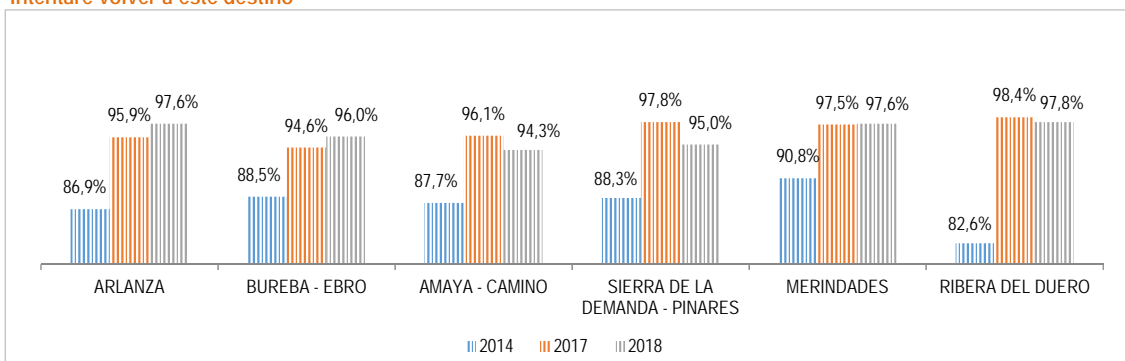
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas



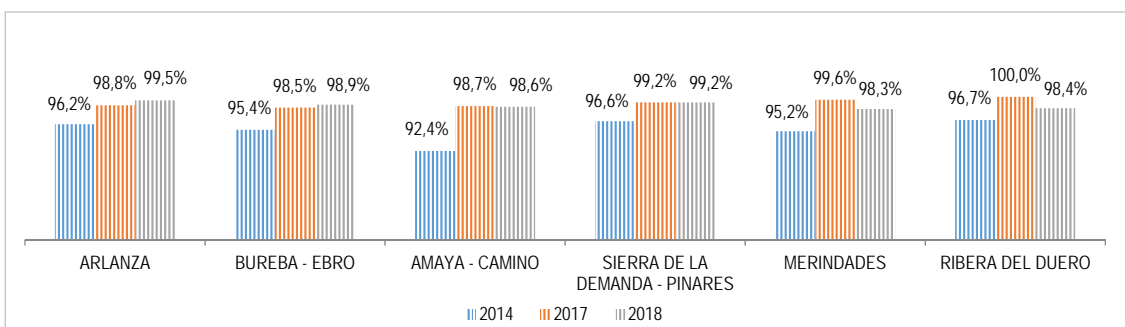
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico



Intentaré volver a este destino



Recomendaría este destino



6 CONCLUSIONES



6. Conclusiones

- 1.- En el año 2018 el número de establecimientos hoteleros (hoteles y hostales) en la provincia alcanzó los 187 establecimientos, lo que supone un incremento del 8,09% en relación al año 2017, 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 tres últimos años; a pesar de lo cual, el número de establecimientos hoteleros sigue siendo inferior a los existentes en el año 2012 en Burgos (-5,56%), Castilla y León, España, León, Salamanca, Cuenca y Cáceres.
- 2.- La oferta de establecimientos de alojamientos de turismo rural en Burgos en el año 2018 es superior a la existente en el año 2012 tras el incremento observado a partir de 2016; si bien el incremento se ha estancado en los dos últimos años.
- 3.- En relación con los establecimientos destinados a la restauración, en el año 2018 se ha producido un estancamiento en todas las comarcas, así como en la oferta de apartamentos turísticos, campamentos turísticos y albergues.
- 4.- Si consideramos los datos de sólo la provincia observamos que el número de viajeros en establecimientos hoteleros ha experimentado un descenso del -4,55% anual en el año 2018 frente a un crecimiento del 7,35% en el año 2017, mientras que Cuenca, Salamanca y Córdoba presenta unos incrementos del 11,05%, 6,71% y 1,40% respectivamente. En cambio, en el 2018, el número de viajeros en establecimientos de alojamiento rural ha aumentado un 17,5% anual (aumento del 25,68% en los turistas extranjeros) y el número de pernoctaciones aumentó un 15,68% con respecto al año 2017. En el periodo 2015-2018 el incremento de viajeros en el turismo rural es del 40,86% y un 45,6% en el número de pernoctaciones.
- 5.- 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, y a pesar del ligero incremento en el año 2018 (1,67%) sigue estando en valores inferiores al 20% y la estancia media se sitúa en 2,1 días.
- 6.- 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, (4,61% en 2014, 3,32% en 2015, 6,42% en 2016, 4,30% en 2017 y 3,13% 2018) en la Comunidad y en el conjunto nacional, y el descenso en las tasas en R.E.T. Autónomos desde el 2014 en Burgos (-1,19% en 2014, -0,79% en 2015, -3,44% en 2016, -1,44% en 2017 y -2,06% 2018) y en Castilla y León.
- 7.- 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, suavizándose la tasa de crecimiento en 2018 frente a un crecimiento anual del 2,62% en 2017 y del 3,34% en el 2016.
- 8.- El personal empleado en alojamientos de turismo rural presenta una tendencia creciente durante todo el periodo 2005-2018, lo que viene explicado por el aumento en el número de establecimientos rurales, presentado una menor estacionalidad que en los establecimientos hoteleros.
- 9.- El número de visitantes que llegan a los puntos de interés, con carácter general, no presentan una tendencia uniforme, presentando aumentos las Oficinas de Turismo de Lerma, Covarrubias, Oña y Peñaranda de Duero y decrementos las Oficinas de Turismo de Poza de la Sal, Belorado Frías y Villarcayo. Los centros expositivos: Paleolítico Vivo, Museo I. de Radiocomunicación Inocencio Bocanegra en Belorado, Museo de los Dinosaurios en Salas de los Infantes, Casa del Parque Monte Santiago y la Ciudad Romana de Clunia han presentado notables incrementos, mientras que la Casa del Parque Casa de la Madera, la Casa del Parque Natural Montes Obarenes – San Zadornil de Oña, el Monasterio de la Vid y la Colegiata de Covarrubias han experimentado un descenso.
- 10.- 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 (22,89%), Madrid

(21,51%) y de la provincia de Vizcaya (12,27%); viaja en familia (45,01%) o pareja (30,07%) y tiene un rango de edad entre 40 y 54 años (41,22%). Además, muchos eligen el destino para disfrutar de las vacaciones (59,44%) frente al 78,85% en 2017, visitar monumentos y patrimonio (49,37%) y del entorno natural (48,65%) frente al 65,20% en 2017; entre otros muchos aspectos.

- 11.- El medio de transporte utilizado principalmente sigue siendo el coche (81,80%) y suelen realizar la visita sin contratación previa (61,89%) 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 (23,68%), siendo Booking el principal portal que utilizan.
- 12.- Las visitas se caracterizan por ser cortas y con pocos gastos, centrados principalmente en la restauración.
- 13.- El grado de satisfacción global (4,57 sobre 5 en 2018, igual que en 2017, frente al 4,42 en 2014) y la fidelización sigue siendo elevada al comprobar que más del 80% han estado con anterioridad en Burgos ciudad y provincia. Además de los altísimos porcentajes de aquellos que recomendarían el destino (98,80%) y de los que opinan que el lugar visitado tiene un alto atractivo turístico (97,90%).
- 14.- Los visitantes en el año, se mantienen altamente satisfechos con todos los aspectos considerados, destacan los puntos de información (4,31) y espacios culturales (4,26) ligeramente superiores a los valores obtenidos en 2017 (4,24 y 4,23 respectivamente). Los aspectos con un menor grado de satisfacción entre los visitantes de la provincia son: el comercio local (3,73) y horario de los monumentos (3,89) observándose un incremento en la satisfacción en la oferta de alojamientos (4,15) frente a (3,98) obtenido en 2017. A pesar de este elevado grado de satisfacción, las principales incidencias están relacionadas con las infraestructuras, restaurantes y bares, alojamientos y los museos y monumentos.
- 15.- Entre los aspectos que los turistas señalan para prolongar su estancia en la provincia de Burgos destacan: la realización de más actividades para niños, incrementar las actividades culturales y visitas guiadas, entre otras.
- 16.- 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 en los años 2017 y 2018 en todas las comarcas; destacando el aumento en el porcentaje de visitantes que utilizan internet para conocer el destino y preparar la visita sobre todo en las comarcas de Sierra de la Demanda-Pinares, Merindades y Ribera del Duero, lo que sigue evidenciando la necesidad de mejorar los canales de comunicación y difusión y el posicionamiento en diferentes portales de nuestra provincia desde el punto de vista del turismo. Sólo el 20% de los visitantes conoce la página web www.turismoburgos.org aunque en su mayoría (87,7%) tienen una buena o muy buena valoración de la misma.
- 17.- Como conclusión final y una vez que sabemos la importancia y peso que tiene el turismo rural en la provincia de Burgos, sería muy conveniente focalizar recursos en un aumento en la promoción de aquellos lugares con mayor potencial de atracción turística, para que repercutan en las localidades próximas, en los medios de comunicación con mayor impacto como son portales webs, blogs y buscadores de viaje, así como mejorar todos los servicios relacionados con la restauración, infraestructuras, puntos de información y actividades complementarias al turismo histórico con el fin de maximizar la satisfacción del turista y su fidelización.

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.

Cuestionario OTB 2018



AYÚDANOS A MEJORAR Su opinión nos importa

Id. Encuestador: Lugar: Calle: Sitio: Fecha: Comarca: 1 2 3 4 5 6

Como agradecimiento a su participación Vd. puede optar al **SORTEO DE UNA PERNOCTACIÓN** para 2 personas, indicando de manera voluntaria su:
Teléfono móvil: Dirección de Email:

(RM) Posibilidad de marcar 1 ó más opciones de respuesta.

PERFIL DEL VISITANTE

Sexo	Edad	Estudios	Cómo viajó (RM)	Ocupación actual (RM)
<input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> <25 <input type="checkbox"/> 25-39 <input type="checkbox"/> 40-55 <input type="checkbox"/> 55-65 <input type="checkbox"/> >65	<input type="checkbox"/> Pre-Univ. <input type="checkbox"/> Univ.	<input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Viaje organizado <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Trab.cuenta propia <input type="checkbox"/> Desempleado <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/> Trab.cuenta ajena <input type="checkbox"/> Tareas hogar <input type="checkbox"/> Jubilado
Procedencia			¿Ha estado antes en Burgos...?	
<input type="checkbox"/> España (provincia):			ciudad? <input type="checkbox"/> Sí (1 2 3 ó más) <input type="checkbox"/> No	
<input type="checkbox"/> Otros países:			provincia? <input type="checkbox"/> Sí (1 2 3 ó más) <input type="checkbox"/> No	

PREPARACIÓN DE LA VISITA

Motivos para realizar el viaje: (RM)					
<input type="checkbox"/> Disfrutar del entorno natural	<input type="checkbox"/> Disfrutar de vacaciones/tiempo libre	<input type="checkbox"/> Conocer nuevos lugares	<input type="checkbox"/> Realizar Camino del Cid		
<input type="checkbox"/> Motivos profesionales (trabajo, estudio, congresos, ...)	<input type="checkbox"/> Visitar monumentos y patrimonio	<input type="checkbox"/> Disfrutar de la gastronomía	<input type="checkbox"/> Enoturismo		
<input type="checkbox"/> Practicar actividades deportivas	<input type="checkbox"/> Visitar familiares y amigos	<input type="checkbox"/> Asistencia a espectáculos	<input type="checkbox"/> Celebraciones		
<input type="checkbox"/> Visitas arqueológicas / yacimientos	<input type="checkbox"/> Turismo activo (senderismo, escalada),	<input type="checkbox"/> Realizar Camino de Santiago			
<input type="checkbox"/> Otros:					
Conocimiento del destino (RM)		Tipo de transporte (RM)		Organización viaje (RM)	
<input type="checkbox"/> Guías/Folletos	<input type="checkbox"/> Amigos/Familia	<input type="checkbox"/> Fena	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Sin contratación previa	<input type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Oficina de turismo	<input type="checkbox"/> Soy de la zona	<input type="checkbox"/> Redes Sociales	<input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Teléfono	<input type="checkbox"/> Agencia viajes
<input type="checkbox"/> Medios de comunicación (TV, Radio, etc)	<input type="checkbox"/> No lo conocía			<input type="checkbox"/> Otros:	
Uso de Internet para la organización / contratación de su visita (RM)					
¿Ha utilizado internet para buscar INFORMACIÓN para su visita?			www.turismoburgos.org		
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			Conoces esta web de información: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
¿Ha utilizado internet para CONTRATAR O PAGAR algún aspecto de su visita?			En caso afirmativo, tu valoración es:		
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			Muy mala <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Muy buena <input type="checkbox"/>		

VISITA

Duración (días)	Pernoctación (noches)	Tipo principal de alojamiento (RM)						
<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 ó más	<input type="checkbox"/> Sí (1 2 3 ó más) <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Hostal/Pensión	<input type="checkbox"/> Aloj. Rural	<input type="checkbox"/> Familiares / Amigos	<input type="checkbox"/> Camping/Albergue	<input type="checkbox"/> Otro:	
Itinerario realizado en la visita (RM)		Principales gastos en la visita (marque las 4 principales)			Gasto total (€) durante la visita por persona y día			
<input type="checkbox"/> Burgos capital	<input type="checkbox"/> Provincia	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Bares / Caf.	<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Otros:	<input type="checkbox"/> <30	<input type="checkbox"/> 31-60	<input type="checkbox"/> 61-100
<input type="checkbox"/> Otras provincias (indique cuáles):		<input type="checkbox"/> Cultural/Ocio	<input type="checkbox"/> Transporte	<input type="checkbox"/> Compras		<input type="checkbox"/> 101-150	<input type="checkbox"/> 151-250	<input type="checkbox"/> >250

Grado de satisfacción global con la visita: (1: Muy poca satisfacción a 5: Muy satisfecho)

1 2 3 4 5

Grado de satisfacción con diferentes aspectos de su visita: (1: Muy poca satisfacción a 5: Muy satisfecho) (no marcar en el caso que no proceda)																	
Señalización turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Oferta de alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aparcamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espacios culturales (Museos, Exposiciones)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guías turísticos locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Comercio local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profesionalidad de hostelería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Calidad/Precio en restauración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Folletos/Mapas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Punto de Información Turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Web/Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horario de los monumentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Otros:							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En caso de haber tenido algún problema/incidencia durante la visita, ha estado relacionada con ... (RM)

Alojamiento Museos y Monumentos Restaurantes/Bares Servicios de Información Transporte Otros:

Hospitalidad / Atención Infraestructuras (cameleras, señalización, ...)

(Si lo considera, redacte brevemente la incidencia)

FIDELIZACIÓN Y MEJORA

Indique su acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Si		No			Si		No	
Antes de decidirme por este destino, he evaluado y comparado diferentes alternativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Recomendaría este destino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La zona visitada tiene un alto atractivo turístico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Indicar por qué:	<input type="text"/>			
Intentaré volver a este destino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

eqtubur

Encuesta de percepción de los visitantes a la provincia de Burgos. Observatorio Provincia de Burgos Origen y Destino. 2018

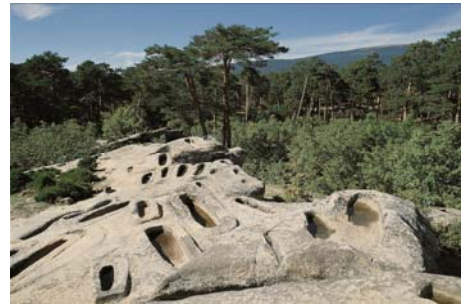
AYÚDANOS A MEJORAR
Su opinión nos importa

Le estaríamos muy agradecidos si nos señalara aquellos aspectos que, a su criterio, se deben **MEJORAR**:

¿Qué cosas hay mejor en otros sitios visitados que no hay en la provincia de Burgos?
¿Qué otras actividades le gustaría que se realizasen en la provincia de Burgos?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN





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



**UNIVERSIDAD
 DE BURGOS**



**Diputación
 de Burgos**