



DATOS BÁSICOS DEL TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Nº de visitas a la Red de Espacios Culturales de Andalucía(*):	365.970	-10,6%	mar-17	935.333	3,8%	Ene-mar 2017	4.335.878	5,8%	Año 2016
Espacio cultural más visitado: Conj. monumental Alhambra y el Generalife	205.973	-8,1%	mar-17	540.833	3,3%	Ene-mar 2017	2.615.188	5,7%	Año 2016
Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**):	168.248	17,1%	mar-17	426.650	16,3%	Ene-mar 2017	1.587.409	10,4%	Año 2016
Museos públicos más visitados: Museo de Bellas Artes de Granada	28.984	40,2%	mar-17	80.977	61,6%	Ene-mar 2017	263.902	34,2%	Año 2016
Museo de la Alhambra de Granada	22.287	9,9%	mar-17	57.112	3,5%	Ene-mar 2017	236.817	11,5%	Año 2016
Museo de Bellas Artes de Sevilla	32.679	39,4%	mar-17	74.205	29,7%	Ene-mar 2017	230.382	22,1%	Año 2016

(*) Incluye: Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife (Granada), enclave arqueológico del Teatro Romano de Málaga (Málaga), enclave monumental de La Sinagoga de Córdoba (Córdoba), conjunto arqueológico de Madinat Al-Zahra (Córdoba), conjunto monumental de la Alcazaba de Almería (Almería), conjunto arqueológico de Itálica (Santiponce) y conjunto arqueológico de Baelo Claudia, Bolonia (Tarifa), que conjuntamente suponen aproximadamente el 85% de las visitas del total de la Red de Espacios Culturales de Andalucía.

Los datos sobre el enclave monumental de la Sinagoga de Córdoba no están disponibles entre junio y agosto de 2014 por encontrarse cerrado al público debido actuaciones de conservación y mantenimiento.

(**) No se incluyen aquellos que no ofrecen homogeneidad en la comparación de periodos: Museo Arqueológico y Etnológico de Granada (cerrado a partir de junio de 2010) y Museo Arqueológico de Linares. Monográfico de Cástulo (a partir del mes de agosto 2011, el museo se incorpora al Conjunto Arqueológico de Cástulo). El Museo de Málaga ha estado cerrado desde 2008 hasta el 12 de diciembre de 2016, fecha en la que abrió de nuevo sus puertas al público. Hasta entonces sólo ha estado prestando servicios de investigación.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA			
AÑO 2015			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,7%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Edad: De 45 a 64 años	34,2%	Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	8,8
Situación laboral: Ocupado	67,8%	- Atención y trato	8,6
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	43,7%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estancia media (número de días)	4,1	1. El turismo cultural es menos estacional que otros tipos de turismo desarrollados en Andalucía.	
Gasto medio diario (euros)	72,50	2. Es una tipología turística que se presta a desarrollarse en grupos de viaje más reducidos (solo o en pareja).	
Principal tipo de alojamiento: Hotel	86,4%	3. Estancias más cortas pero un mayor gasto medio diario en el destino.	
Principal medio de transporte: Coche particular	50,3%	4. Uso muy elevado del alojamiento hotelero.	
Uso de intermediarios: Porcentaje	9,2%	5. Baja fidelidad al destino.	
Uso de Internet: Porcentaje	59,5%	6. Más turistas de edades intermedias y que trabajan.	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	67,1%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Observación de la naturaleza	30,9%		
(aparte de las actividades culturales) - Compras	18,2%		