



Realizado: 31/08/2016

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(*):	478.197	2,0%	may-16	1.842.719	5,0%	Ene-may 2016	4.097.658	5,0%	Año 2015
Espacio cultural más visitado: <b>Conj. monumental Alhambra y el Generalife</b>	265.459	0,8%	may-16	1.046.583	6,5%	Ene-may 2016	2.474.231	3,0%	Año 2015
Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**):	115.780	-5,0%	jun-16	811.510	1,9%	Ene-jun 2016	1.438.281	8,5%	Año 2015
Museos públicos más visitados: <b>Museo de Bellas Artes de Granada</b>	12.241	-1,9%	jun-16	96.341	-15,6%	Ene-jun 2016	196.721	16,6%	Año 2015
<b>Museo de la Alhambra de Granada</b>	20.856	33,9%	jun-16	111.676	12,7%	Ene-jun 2016	212.354	7,2%	Año 2015
<b>Museo de Bellas Artes de Sevilla</b>	14.802	21,4%	jun-16	140.879	30,0%	Ene-jun 2016	188.662	4,0%	Año 2015

(\*) 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 90% 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). Los datos sobre el Museo de Málaga solo se consideran en los años 2010 y 2011, pero no a partir de 2012, porque desde mayo de 2012 solo presta servicios de investigación.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA			
AÑO 2015			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: <b>Mujer</b>	53,7%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Edad: <b>De 45 a 64 años</b>	34,2%	Aspectos mejor valorados: - <b>Patrimonio cultural</b>	8,8
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	67,8%	- <b>Atención y trato</b>	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: <b>Hotel</b>	86,4%	3. Estancias más cortas pero un mayor gasto medio diario en el destino.	
Principal medio de transporte: <b>Coche particular</b>	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: <b>Experiencia propia</b>	67,1%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Observación de la naturaleza</b>	30,9%		
(aparte de las actividades culturales) - <b>Compras</b>	18,2%		

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Consejería de Cultura y Deporte