



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(*):	349.831	14,3%	jun-15	2.104.969	10,8%	Ene-jun 2015	3.901.148	8,5%	Año 2014
Espacio cultural más visitado: Conj. monumental Alhambra y el Generalife	228.225	-0,3%	jun-15	1.210.987	3,3%	Ene-jun 2015	2.402.473	3,8%	Año 2014
Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**):	172.048	-0,4%	may-15	662.700	9,9%	Ene-may 2015	1.326.052	-2,3%	Año 2014
Museos públicos más visitados: Museo de Bellas Artes de Granada	23.654	42,4%	may-15	90.054	33,2%	Ene-may 2015	168.741	0,9%	Año 2014
Museo de la Alhambra de Granada	18.656	-7,9%	may-15	83.481	14,4%	Ene-may 2015	198.103	-5,7%	Año 2014
Museo de Bellas Artes de Sevilla	24.654	26,2%	may-15	96.176	3,4%	Ene-may 2015	181.399	-14,7%	Año 2014

(*) 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 2013			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,2%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Edad: De 45 a 64 años	34,6%	Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	8,7
Situación laboral: Ocupado	69,0%	- Atención y trato	8,5
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	60,0%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estancia media (número de días)	4,6	Elevada utilización del alojamiento hotelero	
Gasto medio diario (euros)	69,50	Menor estancia media y mayor gasto medio diario que la media	
Principal tipo de alojamiento: Hotel	78,3%	Reparte sus visitas a la región a lo largo del año más equilibradamente que el total de turismo recibido en	
Principal medio de transporte: Coche particular	57,0%	Andalucía, prefiriendo el segundo trimestre del año.	
Uso de intermediarios: Porcentaje	19,3%	Mayor uso de Internet para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico.	
Uso de Internet: Porcentaje	47,8%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	72,5%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Visita a monumentos y museos	69,8%		
- Compras	25,6%		