



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(*):	221.002	10,7%	ene-16	221.002	10,7%	Ene-ene 2016	4.097.658	5,0%	Año 2015
Espacio cultural más visitado: Conj. monumental Alhambra y el Generalife	138.440	16,3%	ene-16	138.440	16,3%	Ene-ene 2016	2.474.231	3,0%	Año 2015
Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**):	125.815	7,3%	feb-16	223.257	3,4%	Ene-feb 2015	1.438.281	8,5%	Año 2015
Museos públicos más visitados: Museo de Bellas Artes de Granada	16.507	-8,0%	feb-16	29.446	-17,7%	Ene-feb 2015	196.721	16,6%	Año 2015
Museo de la Alhambra de Granada	17.859	19,5%	feb-16	34.890	22,8%	Ene-feb 2015	212.354	7,2%	Año 2015
Museo de Bellas Artes de Sevilla	17.940	27,8%	feb-16	33.775	27,0%	Ene-feb 2015	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 2014			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	52,2%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Edad: De 45 a 64 años	34,0%	Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	8,7
Situación laboral: Ocupado	66,0%	- Atención y trato	8,6
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	45,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estancia media (número de días)	4,4	1. El turismo cultural es menos estacional que otros tipos de turismo desarrollados en Andalucía.	
Gasto medio diario (euros)	66,34	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	87,7%	3. Estancias más cortas pero un mayor gasto medio diario en el destino.	
Principal medio de transporte: Coche particular	46,3%	4. Uso muy elevado del alojamiento hotelero.	
Uso de intermediarios: Porcentaje	14,4%	5. Baja fidelidad al destino	
Uso de Internet: Porcentaje	51,1%	6. Más turistas de edades intermedias y que trabajan	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	66,9%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Observación de la naturaleza	27,0%		
(aparte de las actividades culturales) - Disfrute y uso de la playa	14,6%		