



Realizado: 05/01/2018

| 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(*): | 426.571 | 10,2% | sep-17 | 3.510.080 | 4,0% | Ene-sep 2017 | 4.335.878 | 5,8% | Año 2016 |
| Espacio cultural más visitado: Conj. monumental Alhambra y el Generalife | 263.331 | 3,4% | sep-17 | 2.126.657 | 4,2% | Ene-sep 2017 | 2.615.188 | 5,7% | Año 2016 |
| Nº usuarios a los Museos públicos de Andalucía (**): | 249.384 | 57,5% | oct-17 | 1.588.978 | 19,9% | Ene-oct 2017 | 1.587.446 | 10,4% | Año 2016 |
| Museos públicos más visitados: Museo de Bellas Artes de Granada | 14.496 | -20,6% | oct-17 | 178.695 | -18,4% | Ene-oct 2017 | 263.937 | 34,2% | Año 2016 |
| Museo de la Alhambra de Granada | 26.522 | 16,3% | oct-17 | 257.169 | 28,1% | Ene-oct 2017 | 236.817 | 11,5% | Año 2016 |
| Museo de Bellas Artes de Sevilla | 29.762 | 45,5% | oct-17 | 258.488 | 35,1% | Ene-oct 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 2016 | | | |
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | | OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA | |
| Sexo: Mujer | | 53,6% Valoración del destino: Escala de 1 a 10 | 8,2 |
| Edad: De 45 a 64 años | | 34,1% Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural | 8,9 |
| Situación laboral: Ocupado | | 62,6% - Atención y trato | 8,7 |
| | | Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior) | 34,4% |
| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | | ASPECTOS DIFERENCIALES | |
| Estancia media (número de días) | 4,6 | 1. El turismo cultural es menos estacional que otros tipos de turismo desarrollados en Andalucía. | |
| Gasto medio diario (euros) | 75,06 | 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 | 85,8% | 3. Estancias más cortas pero un mayor gasto medio diario en el destino. | |
| Principal medio de transporte: Coche particular | 46,1% | 4. Uso muy elevado del alojamiento hotelero. | |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 10,4% | 5. Baja fidelidad al destino. | |
| Uso de Internet: Porcentaje | 77,3% | 6. Más turistas de edades intermedias y que trabajan. | |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 52,7% | | |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Observación de la naturaleza | 28,1% | | |
| (aparte de las actividades culturales) - Compras | 23,7% | | |