

MEMORIA
de divulgación del
Patrimonio Diocesano

GRANADA

2023-2024

INTRODUCCIÓN

Esta memoria presenta un resumen de las principales acciones y resultados alcanzados durante el período 2023-2024 en la promoción, gestión y divulgación del patrimonio diocesano de Granada.

El objetivo fundamental ha sido acercar el patrimonio religioso, histórico y cultural a la ciudadanía, tanto a nivel local como nacional e internacional, fomentando su conocimiento, conservación y disfrute responsable.

Los datos recopilados reflejan el impacto de las visitas, el perfil del visitante, el comportamiento de las ventas y las iniciativas desarrolladas, destacando el compromiso de la Diócesis con la transparencia y la mejora continua.

ENTRADAS A LOS MONUMENTOS

Vamos a analizar los **resultados turísticos de 2023 y 2024** referentes a la afluencia de visitantes a los monumentos de la Archidiócesis de Granada.

En **2023**, se ha alcanzado la cifra de **1.304.830 visitantes** entre los 6 monumentos más visitados de la Archidiócesis de Granada. En **2024** nos visitaron **1.390.657 personas** (un **6.17% más** que en el año anterior) repartiéndose las entradas de la siguiente manera:

Desglose por monumentos

	2024	2023	2022	2021
- Catedral	616.459	588.840	462.801	220.444
- Capilla Real	536.591	501.250	428.538	199.544
- Monasterio de la Cartuja	85.647	84.290	69.611	31.960
- Monasterio de San Jerónimo	76.893	64.597	51.724	5.734
- Abadía del Sacromonte	51.336	51.389	43.962	25.786
- Torre de San Nicolás	23.731	14.464	15.839	12.503
TOTAL:	1.390.657	1.304.830	1.072.475	495.971

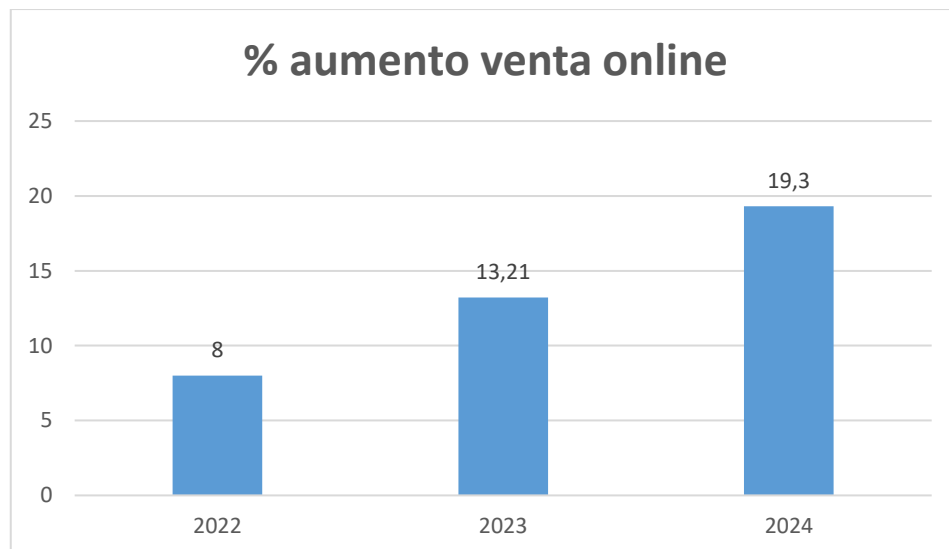


Observamos un crecimiento del 50% en el número de visitas, a partir del fin de la pandemia, en 2022 con respecto al año anterior. En **2023** aumentó en un **17,8%** manifestando así una mayor confianza de los viajes nacionales pero sobre todo internacionales. En **2024** aumentó en un **6,2%**, la situación se estabiliza y se beneficia aún de un ligero aumento.

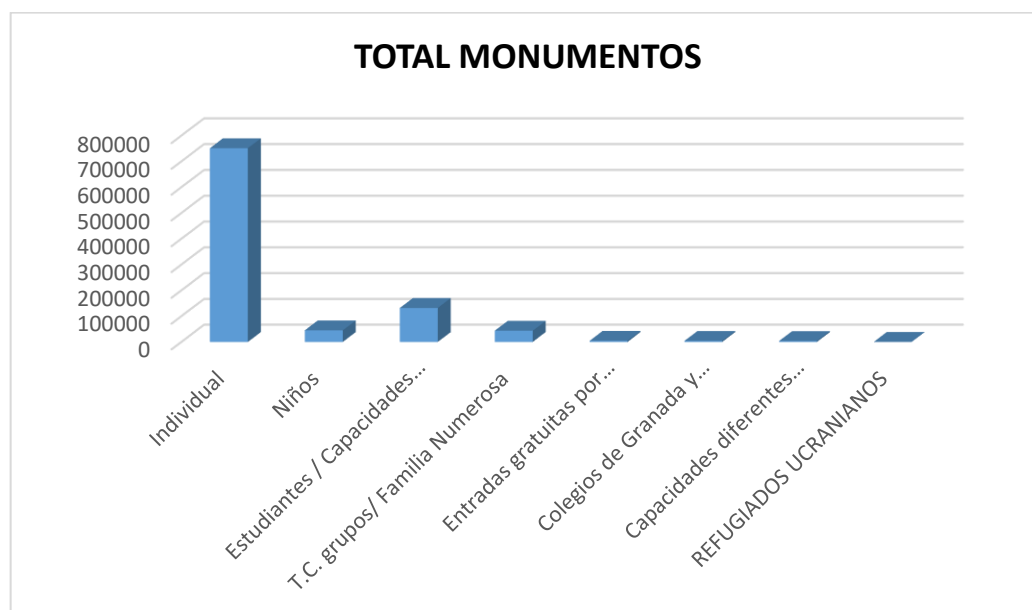
Referente a la **venta de tickets por meses**, se mantiene la tendencia de años anteriores con mayor afluencia en los meses de abril y de octubre, siendo los meses de enero y febrero cuando menor es el número de visitantes.

Venta online: ha sido canalizada principalmente a través de plataformas digitales, observándose un crecimiento significativo del canal online: En 2022, el **primer año** de la puesta en marcha de la **venta de tickets online**, esta suponía **un 8%** del total de la venta de entradas. En **2023**, han supuesto **un 13,21 %** con 172.237 entradas y en **2024, representan un 19,30%** de las ventas totales con 267.968 entradas vendidas online. Se experimenta un crecimiento continuo en la venta online.

La digitalización del sistema de reservas ha facilitado el acceso a los monumentos y ha permitido una mejor planificación y control de aforos.



Desglose por tipo de entrada



Se venden mayoritariamente tickets a individuales, seguido con mucha diferencia por las tarifas con descuento.

VISITAS EDUCATIVAS Y GRUPOS

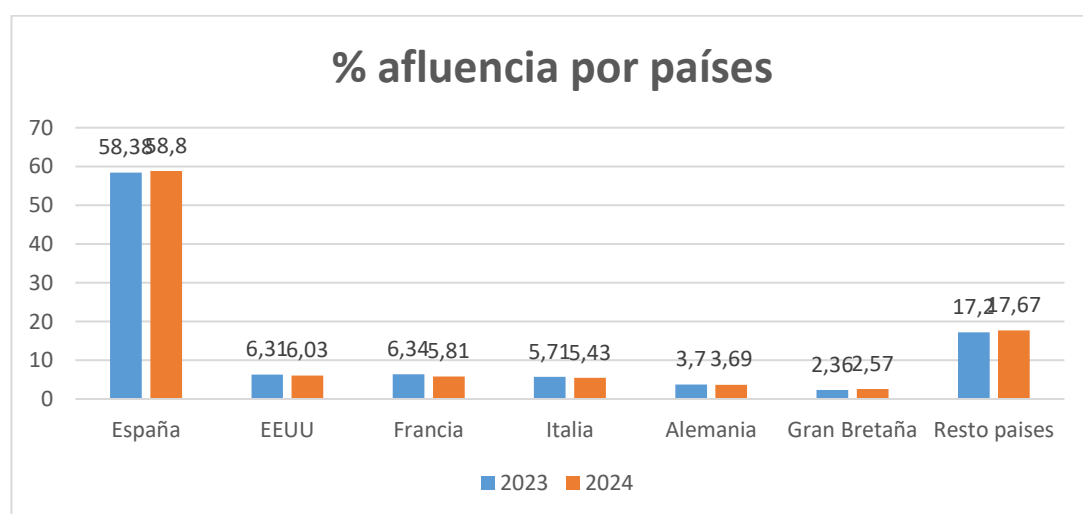
Las visitas escolares y de grupos culturales han tenido un papel importante en la dinamización del patrimonio.

Distribución por procedencia de centros escolares:

- Granada: 63%
- Resto de Andalucía: 21%
- Otras comunidades: 9%
- Internacionales: 7%

Entradas Gratuitas: **89.419 visitantes** han accedido gratuitamente a los monumentos en **2024**, mientras que **en 2023** que fueron **82.935**. Estas cifras representan todas las modalidades de tarifas gratuitas (capacidades diferentes, colegios de Granada y Provincia, protocolo, gratuitas por la web y niños menores de 12 años).

Visitantes nacionales y extranjeros - desglose por procedencia – 2023-2024



En estos dos últimos años, observamos que la afluencia de visitantes por países , prácticamente no ha variado. El turismo nacional es el de mayor afluencia en el conjunto de visitantes con más de un 58%. En segundo lugar vienen EEUU seguido por los países europeos limítrofes.

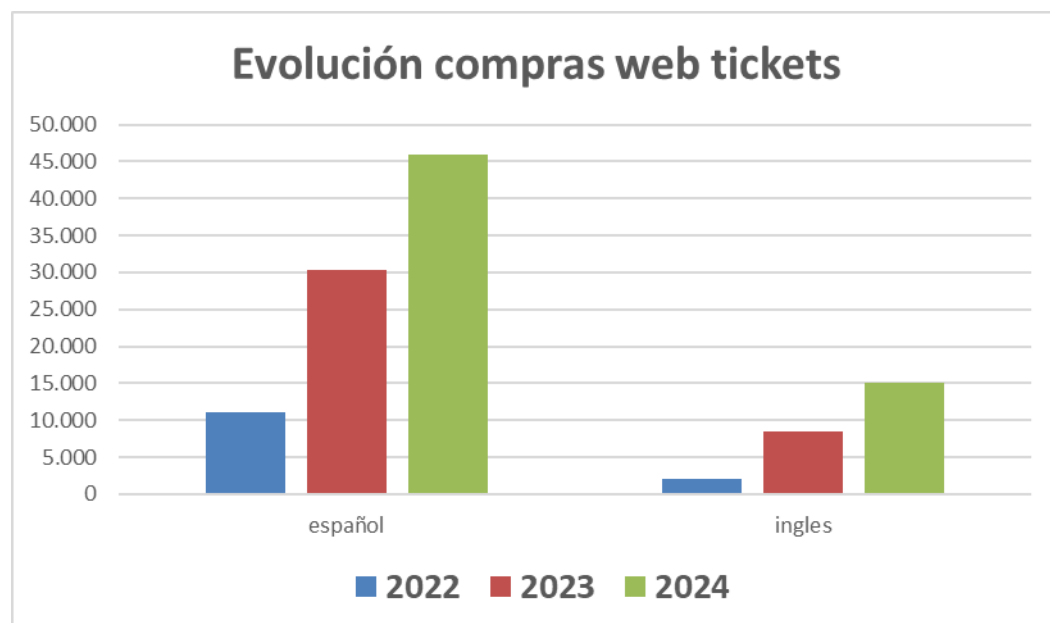
Todavía no podemos afirmar que se haya recuperado la confianza del turista extranjero, las cifras de pre-pandemia indican que un 64% del total era turismo extranjero. En la actualidad, el turismo extranjero representa el 42 %.

REDES SOCIALES en el PORTAL DE ENTRADAS DE MONUMENTOS DE LA ARCHIDIOCESIS DE GRANADA EN 2023-2024 **(www.ticketsgranadacristiana.com).**

2022 : se realizaron **11.062** compras en español y **2.140** compras en inglés

2023: se realizaron **30.305** compras en español y **8.404** compras en inglés, siendo la **posición media de la web es de 7,7**.

2024: se realizaron **46.000** compras en español y **15.000** compras en inglés, siendo la **posición media de la web en este momento es de 9,7**.



ACTUACIONES:

Para poder llegar a estos resultados, se ha trabajado en las siguientes direcciones:

- Inversión mensual en Marketing Digital con la web www.ticketsgranadacristiana.com
- **Colaboración con agencias turísticas** para fomentar visitas guiadas: campaña de marketing digital de 2 meses, con publicidad en el metro de París, de la mano de la OTA **Get Your Guide** para dar a conocer nuestro patrimonio fuera de España, en Francia, EEUU y Canadá.
- **SILENTIA**, la visita nocturna en el Monasterio de la Cartuja de Granada está en su fase final. Es un modelo de proyecto colaborativo en el que están implicadas 8 diócesis españolas para dar a conocer el patrimonio religioso con un mismo hilo conductor: el medievo.
- Se han realizado varios **eventos en Cartuja**, algunos de ámbito internacional como el de la firma MAX MARA, con una gran repercusión en los medios internacionales, ampliando fronteras para dar a conocer así la Cartuja de Granada.
- El **alquiler de radio guías para los grupos**, sigue prestando un servicio a los grupos que desean ver nuestros monumentos o visitar el centro.
- Los grupos siguen teniendo a su disposición el producto: **“subida a las terrazas del Sagrario”** que tiene mucha aceptación sobre todo entre los granadinos.
- Nuestra oferta patrimonial es incluida en los paquetes turísticos de los grupos que vienen a conocer Granada.
- Tenemos **acuerdos con entidades públicas** para la **promoción de nuestros espacios** (Ayuntamiento de Granada, la Granada Card integrada por diferentes entes públicos, Festival Internacional de Música y Danza, etc..).
- **Campañas en redes sociales** enfocadas en turismo religioso, arquitectura y patrimonio. Publicaciones en blog y redes sociales.

- **Conciertos, conferencias y exposiciones temporales** organizadas en varios espacios.
- **Restauración** de varias obras en Catedral, Cartuja y San Jerónimo.
- **Plan de accesibilidad** para personas con movilidad reducida, en curso en la Cartuja.

CONCLUSIÓN

El periodo 2023-2024 ha consolidado a la Diócesis de Granada como referente en la gestión y promoción del patrimonio eclesial. A través de un enfoque integrador, se ha favorecido el acceso al patrimonio de forma sostenible, inclusiva y educativa.