

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe 2022



Fuente: *ISTAC – Encuesta sobre el gasto turístico*

ÍNDICE

SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	3
Edad y sexo	
Situación laboral	
Nivel de ingresos	
Tipo de acompañante y acompañados menores de 13 años	
SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE	9
Antelación en la reserva del viaje	
Canales de información según país de residencia	
Propósito y motivación del viaje	
Importancia de los aspectos de elección del destino	
Predisposición a elegir opciones mas sostenibles al reservar	
Predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono	
SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA	15
Estancia media según país de residencia y tipo de alojamiento	
Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia	
SECCIÓN 4: DESPUÉS DE LA ESTANCIA	20
Satisfacción y calificación de la experiencia	
SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO	22
Gasto total por mercados	
Gasto medio por turista según país de residencia	
Gasto medio desglosado	

Sección 1

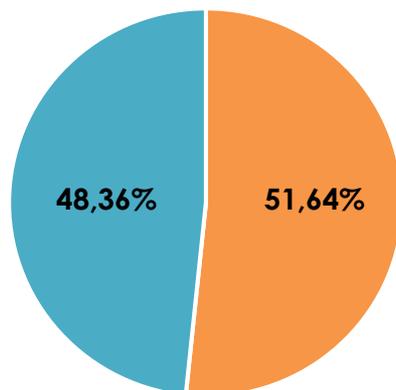
Perfil sociodemográfico

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

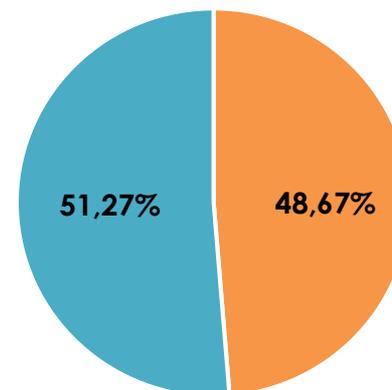
Según sexo y edad

Sexo	2019	2022	Var. (%)
Hombres	51,29%	51,64%	-8,83%
Mujeres	48,71%	48,36%	-10,11%

Grupo de edad	2019	2022	Var. (%)
De 16 a 44 años	42,88%	48,67%	2,80%
Mayor de 44 años	57,07%	51,27%	-18,66%



■ Hombres ■ Mujeres



■ De 16 a 44 años ■ Mayor de 44 años

La distribución entre el sexo de los visitantes es muy equitativa, siendo la cuota de hombres ligeramente superior a la de las mujeres.

En cuanto a la distribución de las edades de los turistas, los mayores de 44 años son mayoría, si bien, para el año 2022 presenta una caída de del 18,66% respecto al año 2019.

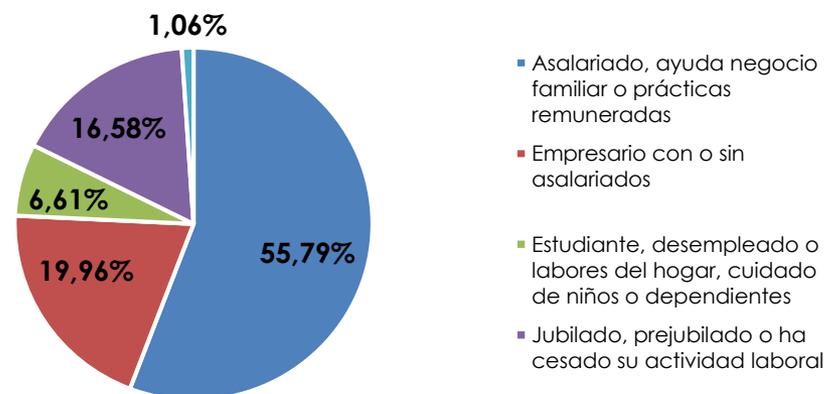
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

Situación laboral	2019	2022	Var. % 19-22 del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	53,90%	55,79%	-6,27%
Empresario con o sin asalariados	21,87%	19,96%	-17,35%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	5,53%	6,61%	8,25%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	17,79%	16,58%	-15,61%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,92%	1,06%	4,36%

La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, con una cuota del **55,79%**, algo mayor que en 2019.

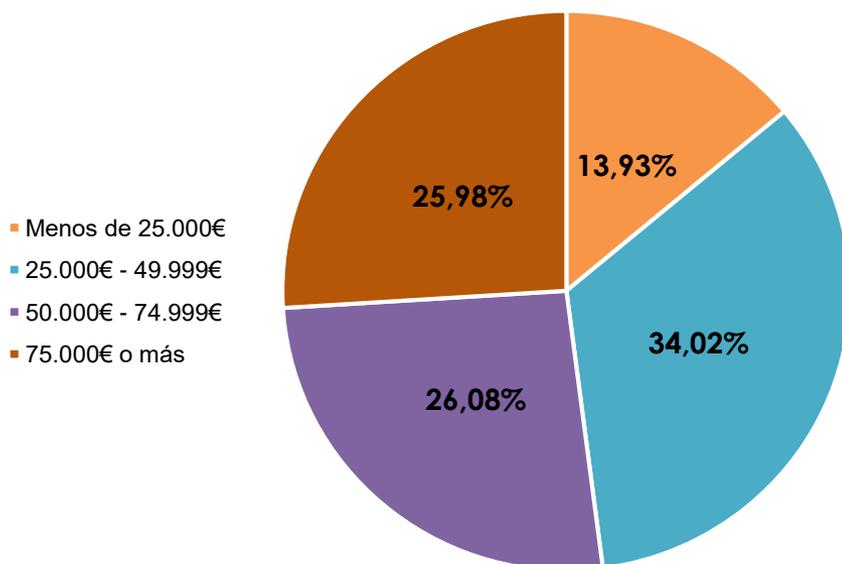
En general, todos los grupos experimentan una caída frente al año 2019, excepto los grupos de **“empresarios con o sin asalariados”** y **estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes”** que presentan unos aumentos del **8,25%** y **4,36%** respectivamente.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	2019	2022	Var. % 19-22 del total de turistas
Menos de 25.000€	16,26%	13,93%	-22,46%
25.000€ - 49.999€	35,99%	34,02%	-14,41%
50.000€ - 74.999€	24,29%	26,08%	-2,79%
75.000€ o más	23,46%	25,98%	0,26%



Como en años anteriores, el nivel de ingresos de los turistas que llegan a Gran Canaria está bastante dividido entre los grupos con un nivel de ingresos igual o superior a 25.000€.

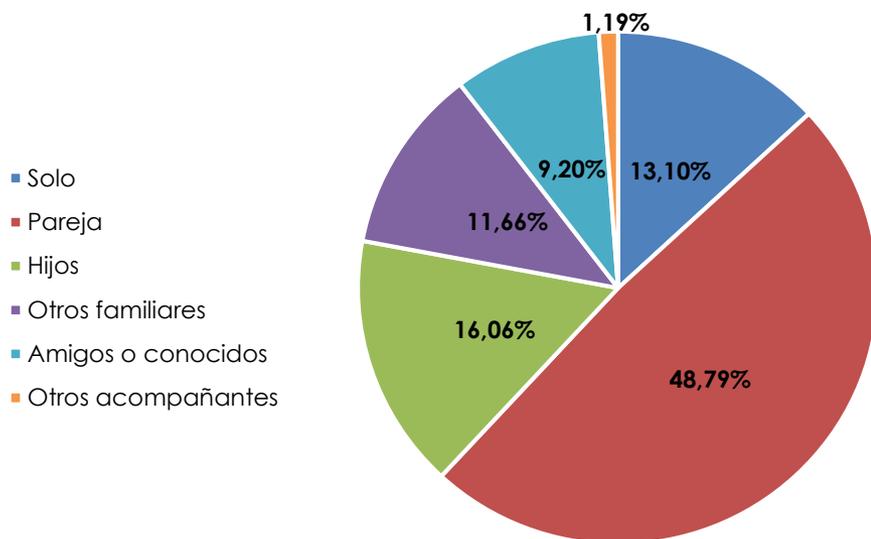
Los turistas con una renta entre **25.000€ - 49.999€** son los que más visitan la isla, con un **35,99%** de cuota, seguidos de los que ingresan entre **50.000€ y 79.999€**, que representan un **24,29%** del total. Entre ambos grupos acumulan más del 60% del total.

Por otro lado, mientras todos los grupos han sufrido una caída con respecto al año 2019, aquellos que ingresan **75.000€ o más** han aumentado un 0,26% en Gran Canaria.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	2019	2022	Var. % 19-22 del total de turistas
Solo	12,42%	13,10%	-4,69%
Pareja	50,20%	48,79%	-12,21%
Hijos	16,62%	16,06%	-12,71%
Otros familiares	10,26%	11,66%	2,66%
Amigos o conocidos	9,03%	9,20%	-7,98%
Otros acompañantes	1,48%	1,19%	-27,07%



Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **48,79%**, seguidos de los que vienen con hijos, que representan un **16,06%** del total de turistas.

Además, destacar que, frente a la caída generalizada en los grupos, el único que presenta un aumento respecto a 2019 es el de **amigos o conocidos** con un aumento del **2,66%**.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañantes menores de 13 años

Tipo de acompañante	2019	2022	Var. % 19-22 del total de turistas
CON NIÑOS	15,16%	14,50%	-13,38%
Menores de 0-2 años	1,29%	1,13%	-20,58%
Menores de 3-12 años	12,75%	12,21%	-13,33%
Menores de 0-2 y 3-12 años	1,12%	1,16%	-5,68%
SIN NIÑOS	84,84%	85,50%	-8,75%



En el año 2022, el **85,50%** de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron sin niños.

Dentro de los turistas que viajaron con niños, la categoría de menores que predomina es la comprendida entre los 3 y 12 años con un **84,20%**. Los grupos de menores entre 0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el **7,78%** y **8,02%** respectivamente.

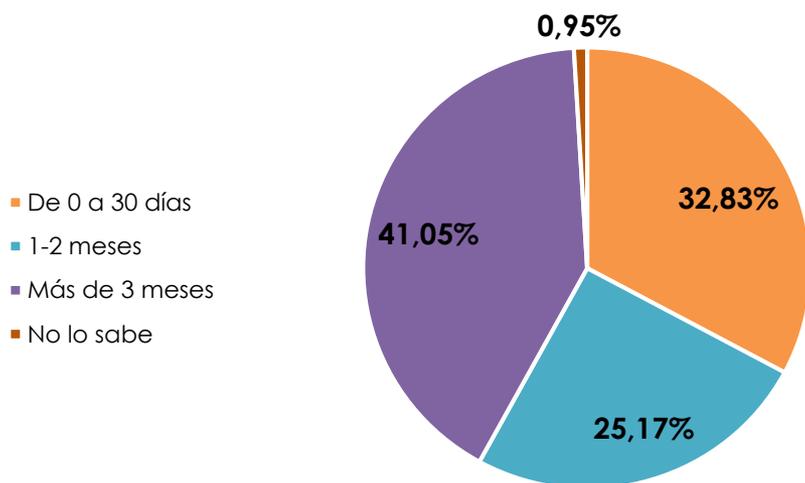
Sección 2

Antes del viaje

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Según antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	2019	2022	Var. % 19-22 del total de turistas
De 0 a 30 días	28,30%	32,83%	5,04%
1-2 meses	23,04%	25,17%	-1,08%
Más de 3 meses	48,07%	41,05%	-22,67%
No lo sabe	0,59%	0,95%	44,96%

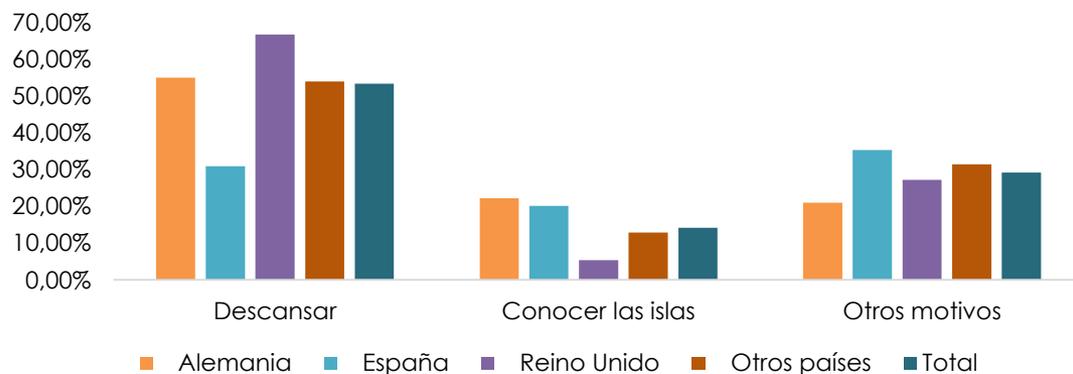


En año 2022, la mayor parte de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de **más de 3 meses (41,05%)**, seguido de los que organizan su visita de **0 a 30 días** antes con un **32,83%**.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

Propósito del viaje	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Vacaciones	92,90%	92,20%	92,26%	55,05%	54,77%	62,92%	93,57%	86,29%	91,25%	91,36%	90,20%	90,26%	86,37%	82,49%	86,69%
Otros motivos	7,10%	7,80%	8,74%	44,95%	45,23%	37,08%	6,43%	13,71%	8,65%	8,64%	9,80%	9,74%	13,63%	17,51%	13,31%
Motivación de sus vacaciones	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Descansar	56,48%	57,90%	54,93%	29,58%	30,46%	30,87%	67,95%	64,41%	66,68%	59,99%	57,51%	53,89%	55,88%	52,36%	53,33%
Conocer la isla	21,57%	17,15%	22,16%	15,80%	17,75%	20,10%	6,64%	4,94%	5,42%	9,83%	12,68%	12,87%	12,67%	14,05%	14,17%
Otros motivos	20,63%	27,99%	20,95%	35,56%	33,62%	35,31%	24,27%	29,67%	27,15%	27,06%	27,30%	31,43%	26,55%	27,99%	29,14%



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria fueron las vacaciones, alcanzando el **86,69%**.

Dentro del motivo vacacional, el **53,33%** de los turistas lo hicieron sobre todo para descansar.

No obstante, la mayoría de los turistas nacionales que viajaron a Gran Canaria durante el año 2022 afirmaron hacerlo por otros motivos (**35,31%**)

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan "Mucho" 2022	% de turistas
1º	Clima	77,79
2º	Seguridad	49,85
3º	Mar	49,66
4º	Tranquilidad	45,83
5º	Playas	45,28
6º	Oferta alojativa	41,53
7º	Viaje sencillo	36,72
8º	Precio	33,75
9º	Paisajes	31,19
10º	Entorno ambiental	29,29

Posición	Top 10 factores que importan "Nada" 2022	% de turistas
1º	Red de senderos	46,40
2º	Ocio nocturno	44,05
3º	Patrimonio histórico	31,35
4º	Oferta comercial	29,78
5º	Oferta cultural	26,33
6º	Exotismo	25,50
7º	Pertenece a Europa	17,90
8º	Autenticidad	13,98
9º	Gastronomía	12,93
10º	Posibilidad de diversión	12,72

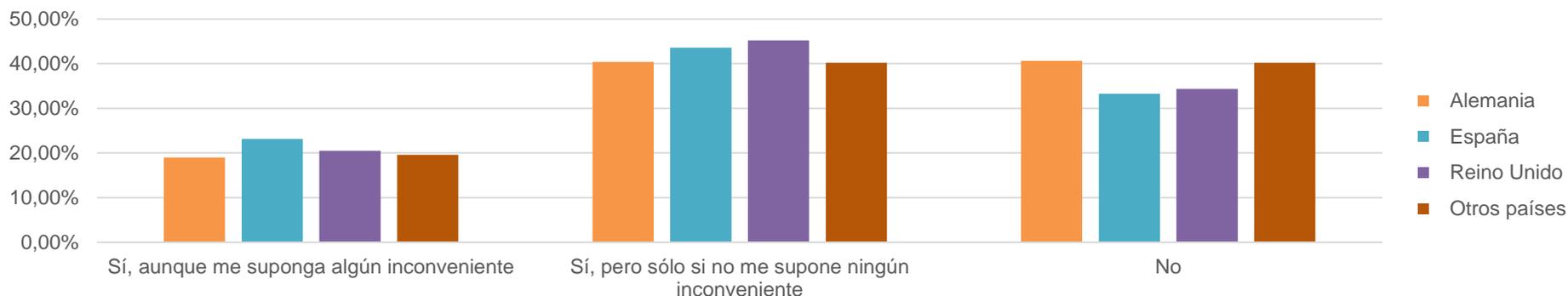
Los cuadros anteriores nos muestran el porcentaje de turistas según la importancia que le dan, "mucho" o "nada", a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino.

Entre los factores que importan "mucho", encontramos encabezando la lista del año 2022, **el clima**, seguido de la **seguridad**, el **mar**. En cambio, entre los aspectos que importan "nada", se hallan **la red de senderos**, el **ocio nocturno** y el **patrimonio histórico**, respectivamente.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición a elegir opciones más sostenibles al reservar

Predisposición a elegir opciones más sostenibles	2022																			
	Alemania				España				Reino Unido				Otros países				Total			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
Sí, aunque me suponga algún inconveniente	22,24%	20,78%	16,40%	19,02%	26,27%	24,08%	20,89%	23,18%	23,66%	23,36%	25,86%	20,50%	19,56%	16,84%	21,06%	19,58%	21,50%	20,39%	21,43%	20,03%
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	36,99%	38,22%	36,99%	40,39%	34,34%	42,20%	43,83%	43,59%	39,08%	40,88%	41,88%	45,18%	40,47%	42,44%	41,15%	40,21%	38,87%	41,21%	41,18%	41,48%
No	40,77%	41,00%	46,60%	40,59%	39,39%	33,72%	35,28%	33,23%	37,26%	35,75%	32,26%	34,32%	39,97%	40,72%	37,79%	40,20%	39,63%	38,40%	37,39%	38,49%



La mayor parte de los turistas siguen teniendo en cuenta opciones más sostenibles en el cuarto trimestre de 2022, siempre y cuando no les supongan ningún inconveniente, con una cuota del **41,48%**, siendo los británicos los que presentan mayor predisposición dentro de este grupo frente al resto de mercados (**45,18%**). Por el contrario, la mayoría de los turistas alemanes, al igual que en el trimestre anterior, siguen sin tener predisposición alguna a elegir opciones más sostenibles (**40,59%**).

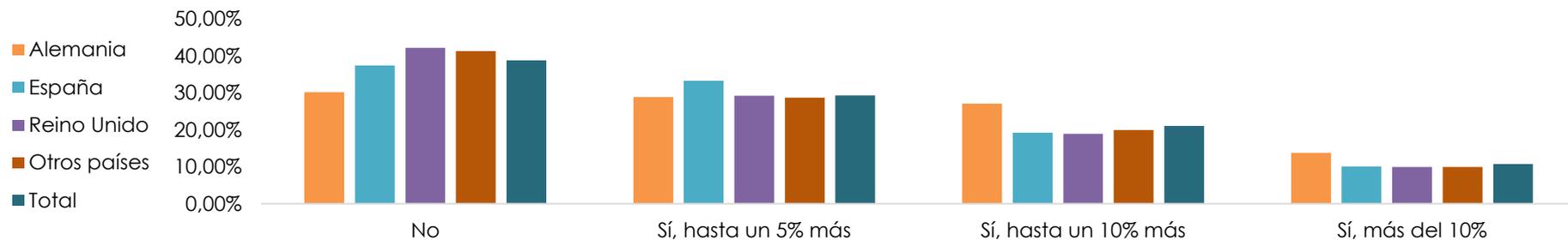
Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de elegir opciones más sostenibles, el mercado nacional es el que mejor cuota presenta en comparación al resto de países, con un **23,18%** de turistas.

Nota: Sólo podemos comparar los datos con los del primer y segundo trimestre de 2022, pues ha sido este año cuando se ha incorporado esta pregunta dentro de la encuesta de gasto turístico (EGT)

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono

Disposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono	2022																			
	Alemania				España				Reino Unido				Otros países				Total			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
No	22,91%	28,14%	36,21%	30,21%	35,96%	35,74%	36,01%	37,43%	37,76%	36,99%	40,36%	42,22%	37,06%	37,70%	44,23%	41,36%	34,27%	35,36%	40,30%	38,84%
Sí, hasta un 5% más	26,38%	29,16%	30,33%	28,87%	28,55%	28,72%	32,61%	33,26%	32,83%	32,56%	32,12%	29,27%	30,68%	30,25%	28,90%	28,71%	29,94%	30,34%	30,67%	29,35%
Sí, hasta un 10% más	30,56%	28,56%	25,13%	27,13%	24,23%	23,24%	18,91%	19,20%	19,08%	18,35%	18,54%	18,95%	21,77%	20,30%	17,90%	19,99%	23,53%	22,09%	19,41%	21,08%
Sí, más del 10%	20,15%	14,14%	8,32%	13,80%	11,26%	12,30%	12,47%	10,11%	11,37%	9,16%	9,96%	9,98%	10,50%	11,75%	8,97%	9,93%	20,15%	14,14%	8,32%	10,73%



Al igual que en trimestres anteriores, la mayor parte de los turistas no tienen predisposición a la hora de hacer un gasto extra para reducir su huella de carbono, con una cuota del **38,84%**. Dentro del grupo que presenta una mejor predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono (más del 10%), es el mercado Alemán, el que mayor cuota alcanza en comparación al resto, con un **13,80%**.

Nota: Sólo podemos comparar los datos trimestrales de 2022, pues ha sido este año cuando se ha incorporado esta pregunta dentro de la encuesta de gasto turístico (EGT)

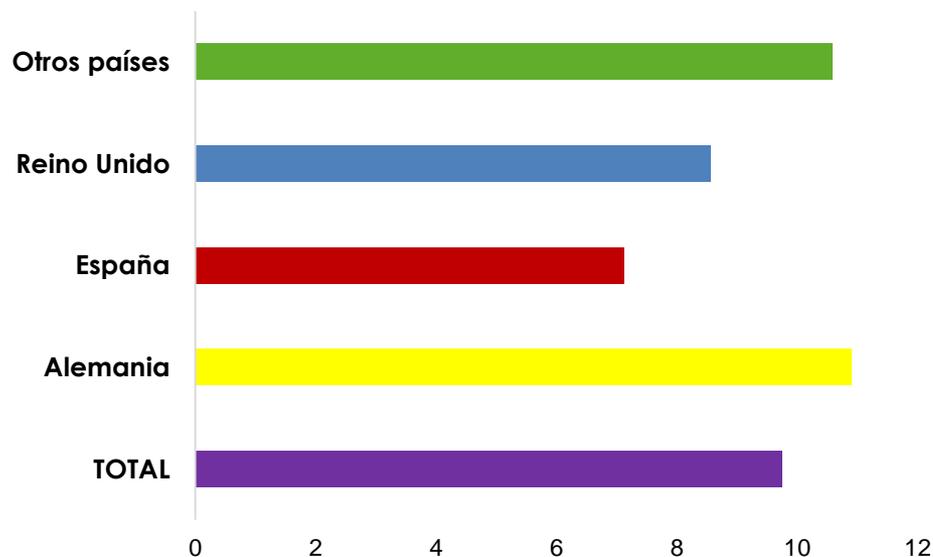
Sección 3

Durante la estancia

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según país de residencia

Estancia media	2019	2021	2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Alemania	10,70	11,80	10,91	1,96%	-7,54%
España	7,04	7,04	7,13	1,28%	-10,76%
Reino Unido	8,35	9,53	8,57	2,63%	-10,07%
Otros países	9,77	10,72	10,59	8,39%	-10,07%
Total	9,29	10,25	9,74	4,84%	-4,98%



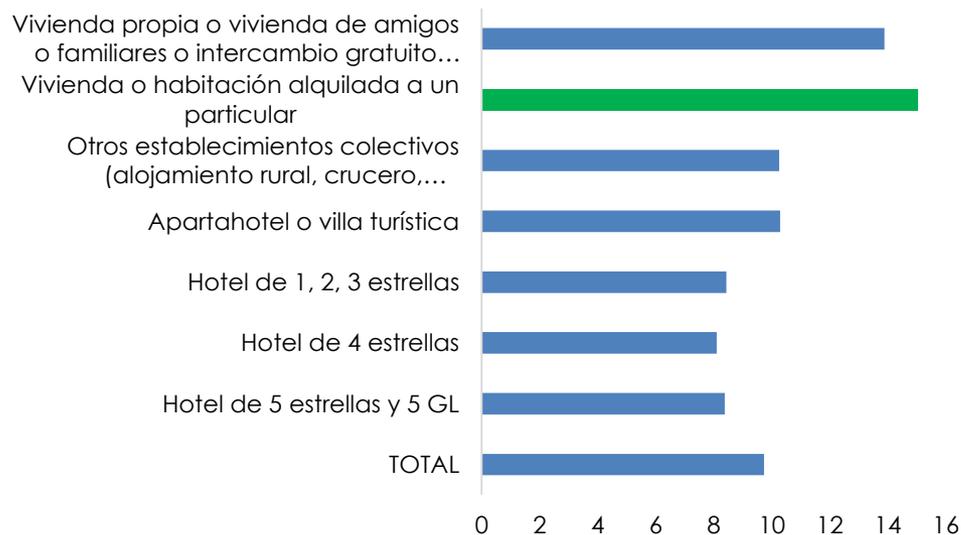
La estancia media total durante el 2022 se situó en **9,74** días, lo que supone un aumento del **4,84%** respecto al 2019 y una caída del **-4,98%** frente al 2021.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan, de media, más días en la isla (en torno a 11 días), 4 días por encima que los residentes en España.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según tipo de alojamiento

Estancia media	2019	2021	2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,50	9,07	8,38	-1,41%	-7,61%
Hotel de 4 estrellas	8,02	8,32	8,10	1,00%	-2,64%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,56	8,87	8,44	-1,40%	-4,85%
Apartahotel o villa turística	10,26	11,94	10,29	0,29%	-13,82%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	8,93	9,90	10,25	14,89%	3,64%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	12,31	16,40	15,05	22,26%	-8,23%
Vivienda propia o amigos/ familiares	10,85	14,10	13,89	28,02%	-1,49%
Total	9,29	10,25	9,74	4,84%	-4,98%



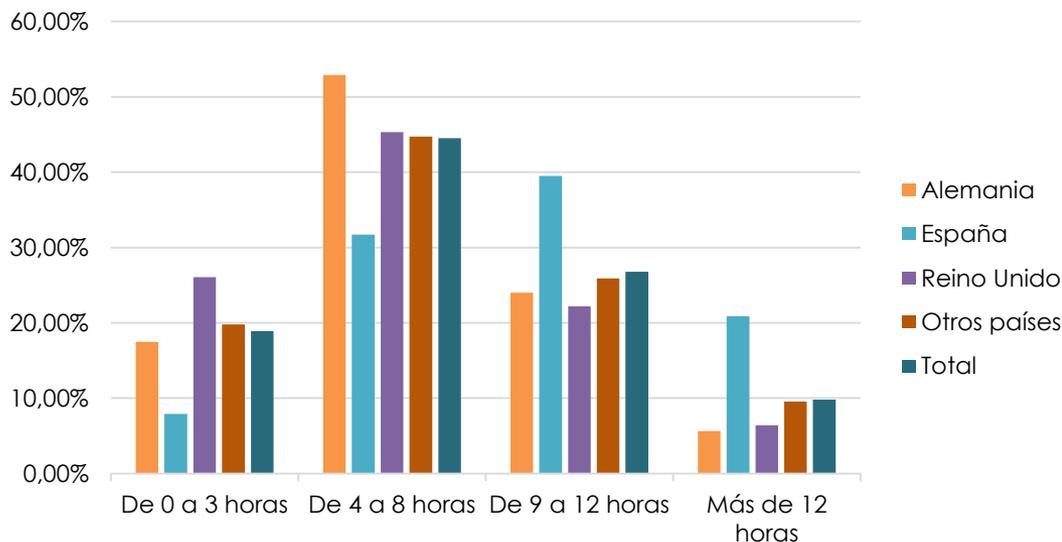
La estancia media total ha aumentado con respecto a 2019 en todos los tipos de alojamiento, salvo en los **hoteles de 5 estrellas y 5GL** y **hoteles de 1, 2, 3 estrellas**, que disminuyen un **1,41%** y **1,40%** respectivamente en comparación al 2019.

La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es la de Vivienda o habitación alquilada a un particular (15,05 días), seguido de los que se hospedan en una vivienda propia o de amigos/familiares (13,89 días).

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
De 0 a 3 horas	17,69%	22,91%	17,46%	5,59%	7,51%	7,93%	26,18%	28,33%	26,08%	17,59%	21,40%	19,80%	17,25%	19,41%	18,90%
De 4 a 8 horas	53,95%	48,53%	52,90%	31,13%	31,21%	31,70%	46,15%	41,47%	45,30%	46,09%	44,60%	44,73%	45,40%	42,26%	44,50%
De 9 a 12 horas	23,97%	22,73%	23,99%	41,07%	40,83%	39,49%	21,78%	20,11%	22,21%	27,30%	24,83%	25,91%	27,78%	27,37%	26,77%
Más de 12 horas	4,39%	5,84%	5,64%	22,21%	20,45%	20,89%	5,90%	10,09%	6,40%	9,02%	9,18%	9,56%	9,57%	10,96%	9,83%



Un **44,50%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias, mientras que un **26,77%** afirmó pasar entre 9 y 12 horas.

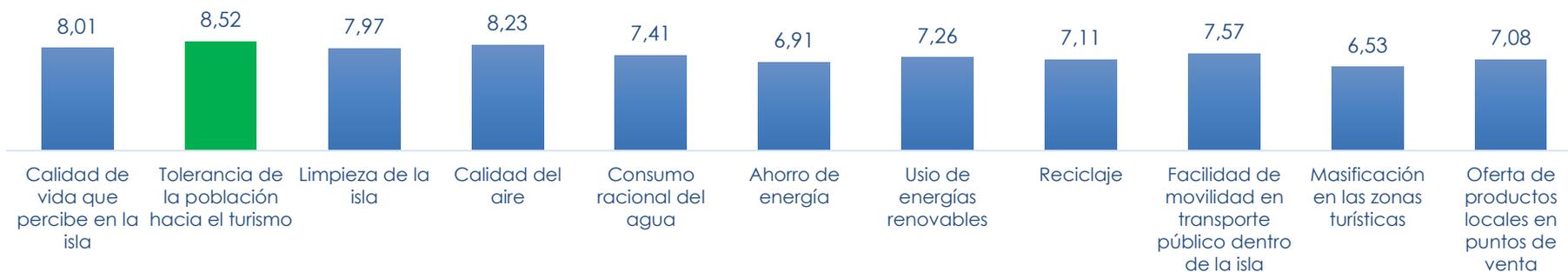
Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **20,89%** en la categoría de más de 12 horas.

En contraposición, los visitantes británicos son los que presentan una cuota mayor en comparación al resto dentro de la categoría de menor duración, con un **26,08%** de turistas que afirmaron pasar no más de 3 horas diarias fuera del alojamiento.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad

Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad	2022																			
	Alemania				España				Reino Unido				Otros países				Total			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
Calidad de vida que percibe en la isla	8,07	8,06	7,78	8,00	8,14	8,32	8,08	8,21	8,33	8,18	8,09	8,07	8,01	8,09	7,97	7,95	8,09	8,14	7,99	8,01
Tolerancia de la población hacia el turismo	8,56	8,62	8,54	8,57	8,57	8,83	8,76	8,76	8,75	8,79	8,48	8,5	8,49	8,6	8,51	8,46	8,56	8,69	8,56	8,52
Limpieza de la isla	7,81	7,87	7,57	7,81	7,73	7,97	7,68	7,7	8,59	8,70	8,38	8,37	8,09	8,2	7,97	7,96	8,08	8,22	7,94	7,97
Calidad del aire	8,48	8,58	8,12	8,41	8,37	8,32	8,14	8,13	8,51	8,70	8,19	8,40	8,32	8,38	8,17	8,12	8,39	8,49	8,16	8,23
Consumo racional del agua	7,12	7,11	6,77	7,19	7,22	7,43	7,35	7,41	7,60	7,72	7,66	7,71	7,27	7,44	7,48	7,39	7,29	7,44	7,38	7,41
Ahorro de energía	6,69	6,79	6,25	6,62	6,8	6,87	6,94	7,03	7,25	7,35	7,04	7,21	6,83	6,99	6,89	6,91	6,87	7,02	6,83	6,91
Uso de energías renovables	6,94	7,24	6,90	7,26	6,86	7,19	7,18	7,11	7,41	7,66	7,16	7,59	7,12	7,19	7,21	7,17	7,10	7,31	7,14	7,26
Reciclaje	6,72	6,72	6,35	6,75	6,68	6,9	6,94	6,87	7,43	7,62	7,32	7,61	6,93	7,06	7,08	7,12	6,94	7,10	6,99	7,11
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	7,63	7,61	7,45	7,51	7,01	7,25	7,47	7,20	7,70	7,80	7,78	7,87	7,63	7,53	7,72	7,57	7,57	7,56	7,64	7,57
Masificación en las zonas turísticas	6,12	6,26	6,23	5,93	6,93	7,12	7,22	7,20	6,91	6,62	6,59	6,52	6,81	6,71	6,77	6,63	6,71	6,67	6,73	6,53
Oferta de productos locales en puntos de venta	6,95	6,97	6,72	6,95	7,21	7,36	7,49	7,41	7,31	7,22	7,01	7,05	6,94	6,93	7,18	7,07	7,03	7,08	7,12	7,08



Sección 4

Después de la estancia

4. Después de la estancia en Gran Canaria.

Satisfacción media con el viaje y calificación de la experiencia

País de residencia	2019	2021	2022	Diferencia 19-22	Diferencia 21-22
Alemania	8,64	8,81	8,72	0,08	-0,09
España	8,60	8,79	8,74	0,14	-0,05
Reino Unido	8,84	9,07	9,03	0,19	-0,04
Otros países	8,57	8,71	8,73	0,16	0,02
Total	8,64	8,79	8,79	0,15	0,00

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de **8,5 puntos**, siendo los británicos los que mejor calificaron su experiencia respecto al resto.

La satisfacción media de los visitantes ha aumentado con respecto al 2019 en **0,15 puntos**, mientras que no muestra variación frente al pasado año.

Calificación de la experiencia	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Mejor de lo que esperaba	42,12%	43,49%	44,97%	41,49%	43,70%	42,79%	44,78%	49,99%	49,29%	37,30%	38,60%	38,11%	40,30%	42,03%	42,35%
A la altura de lo que esperaba	56,56%	55,18%	52,98%	55,34%	52,09%	54,02%	53,22%	47,16%	47,66%	60,26%	57,11%	58,50%	57,45%	54,54%	54,61%
Peor de lo que esperaba	1,32%	1,33%	2,05%	3,17%	4,20%	3,19%	2,00%	2,85%	3,05%	2,44%	4,29%	3,39%	2,24%	3,43%	3,04%

Más del **54%** de los visitantes afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que apenas un **3,04%** dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada.

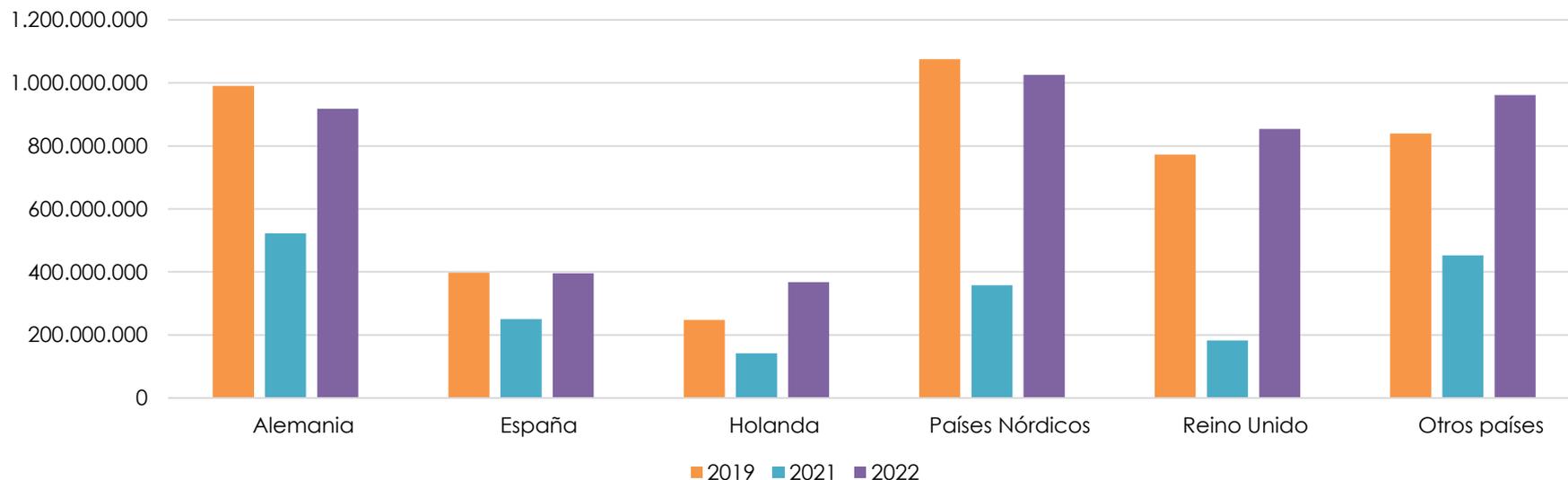
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (€)

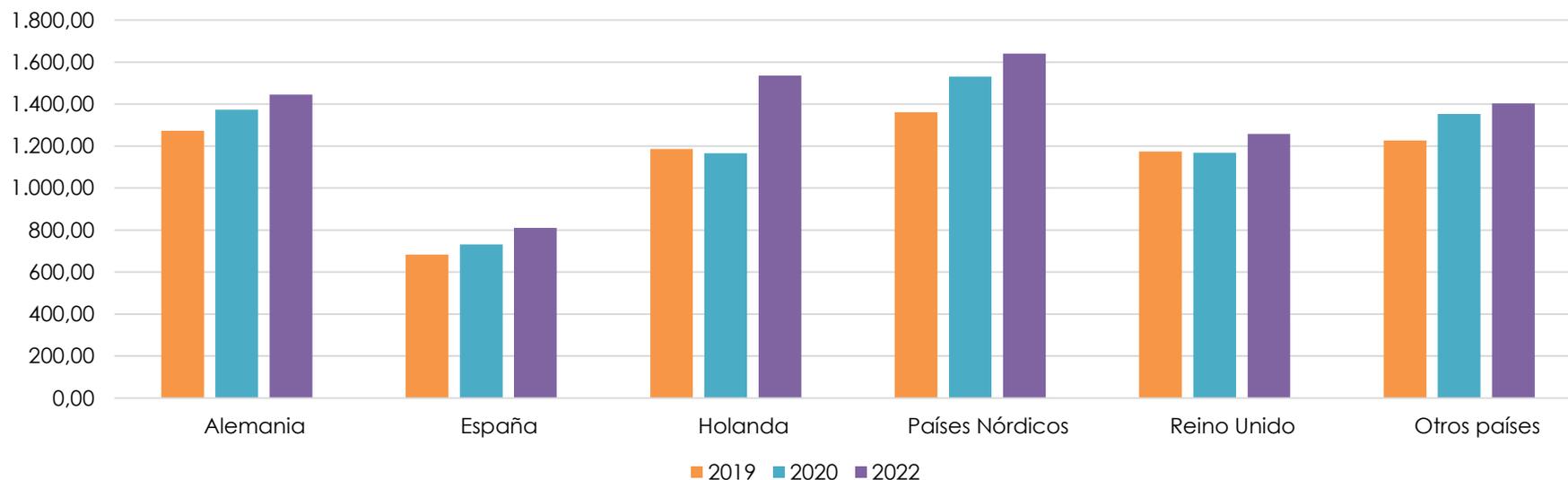
País	2019	2021	2022	Variación (%) 19-22	Variación (%) 21-22
Alemania	990.774.220,23	522.696.730,75	917.796.750,29	-7,37%	75,59%
España	397.799.641,51	250.523.993,16	396.084.460,47	-0,43%	58,10%
Holanda	247.827.316,96	141.993.171,63	367.683.372,52	48,36%	158,94%
Países Nórdicos	1.075.061.326,40	357.726.827,30	1.025.532.719,60	-4,61%	186,68%
Reino Unido	773.045.660,26	182.637.236,70	853.724.581,32	10,44%	367,44%
Otros países	839.181.484,64	452.370.551,28	961.882.452,45	14,62%	112,63%
Total	4.323.689.650,00	1.907.948.510,80	4.522.704.336,60	4,60%	137,05%



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
2019	1.272,32	682,76	1.186,36	1.360,28	1.173,95	1.227,08	1.167,63
2021	1.446,21	738,7	1.283,06	1.543,48	1.160,32	1.311,84	1.234,73
2022	1.444,99	811,17	1.535,22	1.640,53	1.257,34	1.402,65	1.348,93
Variación 19-22	172,67	128,41	348,86	280,25	83,39	175,57	181,30
Variación 21-22	-1,22	72,47	252,16	97,05	97,02	90,81	114,20
Var. % 19-22	13,57%	18,81%	29,41%	20,60%	7,10%	14,31%	15,53%
Var. % 21-22	-0,08%	9,81%	19,65%	6,29%	8,36%	6,92%	9,25%



5. Gasto turístico.

Gasto medio desglosado (€)

Gasto desglosado	2019	2021	2022	Variación 19-22	Variación 21-22	Var. (%) 19-22	Var. (%) 21-22
Alojamiento	495,88	539,72	580,3	84,42	40,58	17,02%	7,52%
Transporte nacional/internacional	342,91	317,03	383,52	40,61	66,49	11,84%	20,97%
Transporte en destino	60,6	75,99	82,5	21,90	6,51	36,14%	8,57%
Alimentación (compras y restauración)	175,51	205,9	206,05	30,54	0,15	17,40%	0,07%
Recreación, cultura y deporte	36,68	41,22	41,89	5,21	0,67	14,20%	1,63%
Compras	48,69	45,01	47,13	-1,56	2,12	-3,20%	4,71%
Otros	7,33	9,93	7,53	0,20	-2,40	2,73%	-24,17%
Total	1.167,63	1.234,73	1.348,93	181,30	114,20	15,53%	9,25%

