

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe del primer trimestre de 2022



Fuente: *ISTAC – Encuesta de 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

SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA **14**

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 **18**

Satisfacción y calificación de la experiencia

SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO **20**

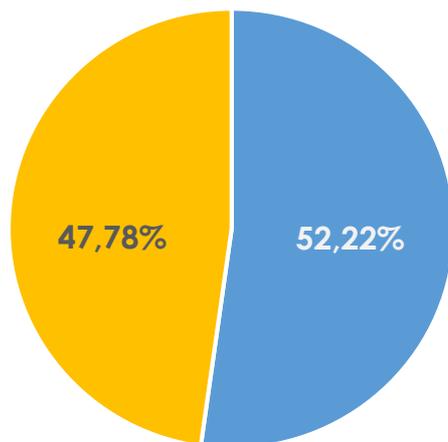
Sección 1

Perfil sociodemográfico

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

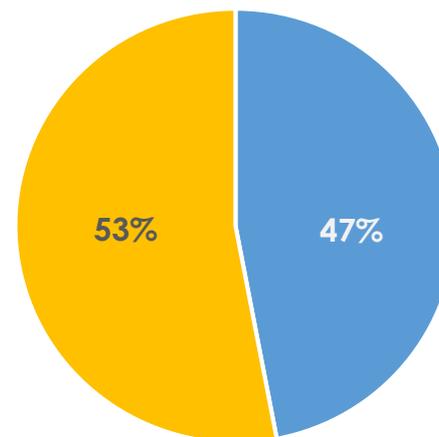
Según sexo y edad

Sexo	T1 2019	T1 2021	T1 2022
Hombres	49,62%	58,76%	52,22%
Mujeres	50,38%	41,24%	47,78%



■ Hombres ■ Mujeres

Grupo de edad	T1 2019	T1 2021	T1 2022
De 16 a 44 años	38,51%	49,88%	47%
Mayor de 44 años	61,49%	50,12%	53%



■ De 16 a 44 años ■ Mayor de 44 años

Se incrementa la diferencia según el sexo de los turistas con respecto al mismo trimestre de 2019.

En cuanto a la distribución de las edades de los turistas, los mayores de 44 años son mayoría al igual que en 2019, aunque en menor medida.

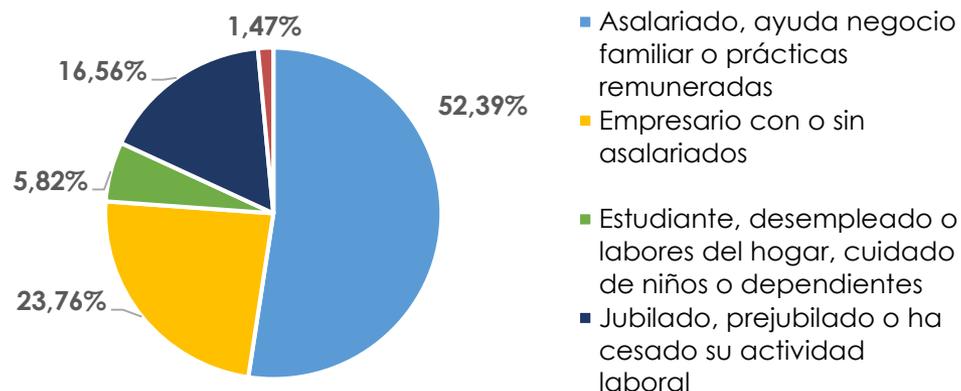
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

Situación laboral	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	46,35%	46,58%	52,39%	-20,86%	707,89%
Empresario con o sin asalariados	23,12%	29,79%	23,76%	-28,05%	473,07%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	5,47%	8,16%	5,82%	-25,53%	412,35%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	24,09%	14,74%	16,56%	-51,88%	706,63%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,97%	0,72%	1,47%	6,08%	1359,69%

La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, representando un **52,39%**, seguidos por aquellos turistas empresarios, que representan el **23,76%**.

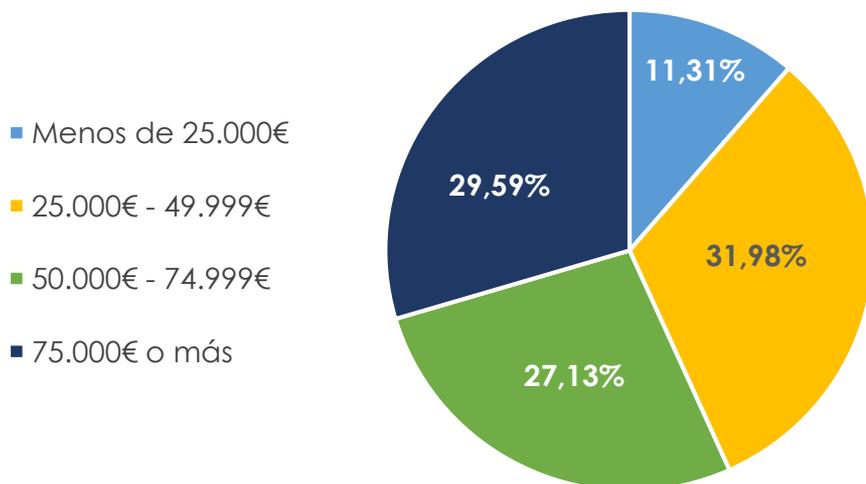
Todos los grupos, excepto *otros tipos de inactividad*, experimentan una caída frente al primer trimestre del 2019.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Menos de 25.000€	15,66%	17,00%	11,31%	-49,42%	377,91%
25.000€ - 49.999€	36,54%	35,10%	31,98%	-38,73%	554,40%
50.000€ - 74.999€	23,73%	20,11%	27,13%	-19,97%	868,99%
75.000€ o más	24,07%	27,79%	29,59%	-13,94%	664,86%



El nivel de ingresos de los turistas que llegan a Canarias está bastante dividido entre los grupos con un nivel de ingresos igual o superior a 25.000€.

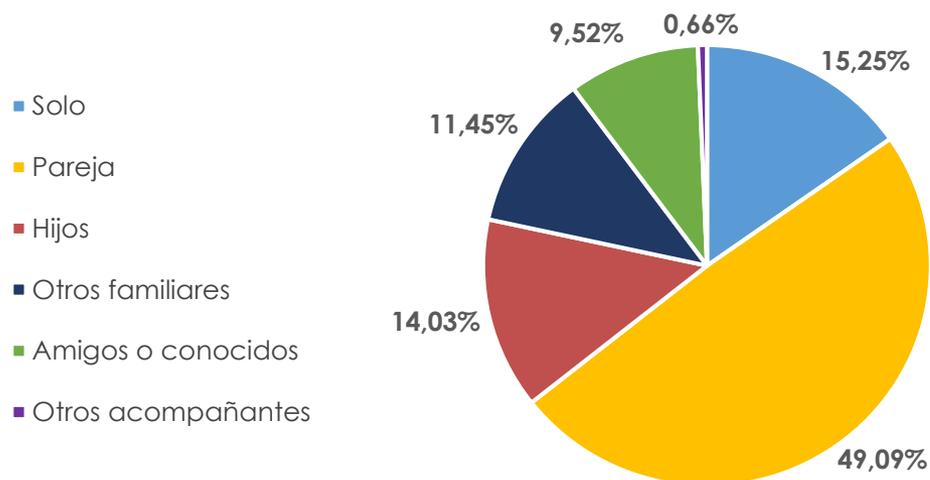
Los turistas con una renta entre 25.000 € - 49.999 € son los que más visitan la isla, con un **31,98%**, seguidos de los que ingresan 75.000€ o más, que representan un **29,59%** del total.

Entre ambos grupos acumulan más del 60% del total.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Solo	12,34%	32,70%	15,25%	-14,03%	254,61%
Pareja	54,11%	40,65%	49,09%	-36,92%	818,12%
Hijos	12,19%	9,84%	14,03%	-19,99%	983,86%
Otros familiares	8,38%	5,35%	11,45%	-4,99%	1526,53%
Amigos o conocidos	11,76%	7,85%	9,52%	-43,73%	821,22%
Otros acompañantes	1,22%	3,60%	0,66%	-62,75%	38,57%



Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **49,09%**, seguidos de los que vienen solos, que representan un **15,25%** del total de turistas.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañantes menores de 13 años

Tipo de acompañante	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
CON NIÑOS	10,97%	33,31%	12,39%	-20,97%	1014,99%
Menores de 0-2 años	14,21%	18,07%	6,43%	-64,23%	296,75%
Menores de 3-12 años	78,02%	76,70%	86,13%	-12,75%	1152,09%
Menores de 0-2 y 3-12 años	7,77%	5,23%	7,44%	-24,31%	1485,65%
SIN NIÑOS	89,03%	66,69%	79,63%	-31,10%	583,96%



En el primer trimestre de 2022, el **79,63%** 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 86,13%. Los grupos de menores entre 0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el **6,43%** y **7,44%**, respectivamente.

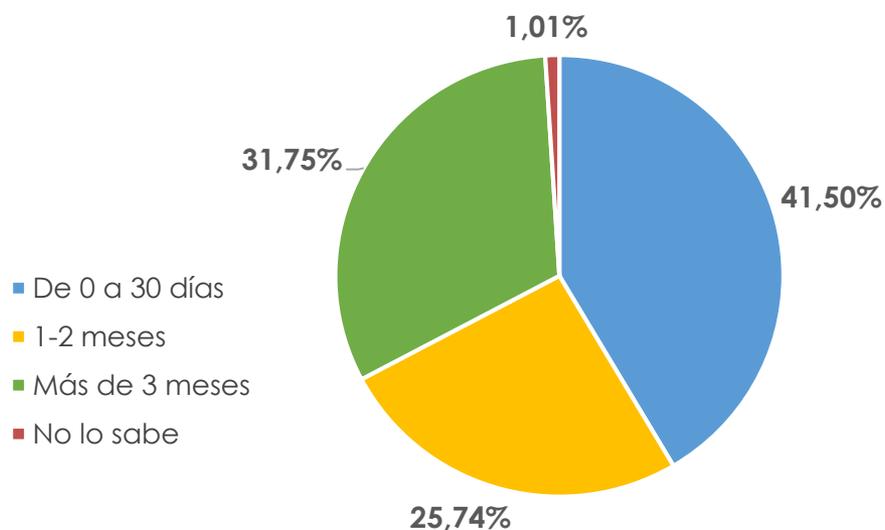
Sección 2

Antes del viaje

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Según antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
De 0 a 30 días	33,51%	64,69%	41,50%	-13,31%	360,82%
1-2 meses	26,10%	17,21%	25,74%	-30,96%	974,67%
Más de 3 meses	39,70%	16,22%	31,75%	-44,00%	1306,40%
No lo sabe	0,69%	1,89%	1,01%	3,16%	283,89%



En el primer trimestre de 2022, casi un **42%** de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de menos de 1 mes.

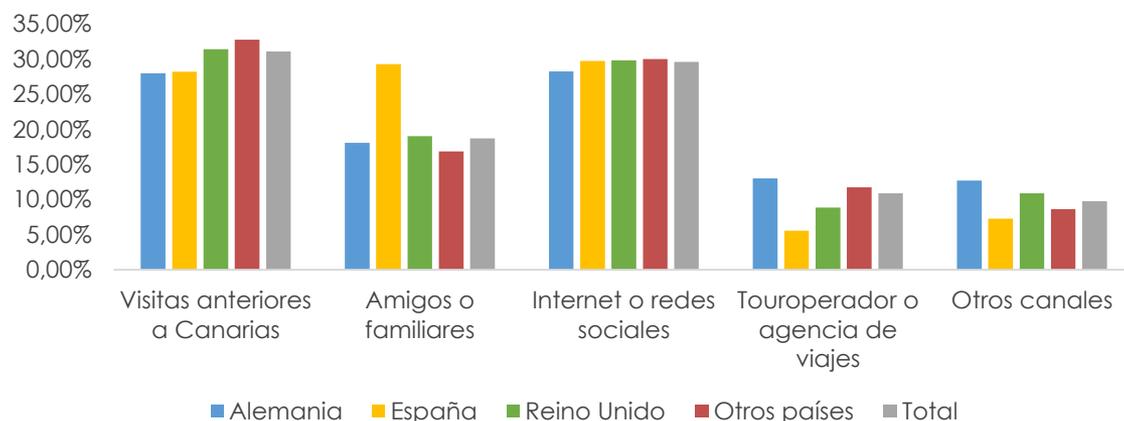
Cabe destacar, al igual que en el cuarto trimestre del 2021, la gran diferencia con respecto al periodo precovid (2019) en cuanto a la breve antelación para organizar los viajes a Gran Canaria.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Canales de información según país de residencia

Canales de información	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Visitas anteriores a Canarias	30,75%	34,10%	27,99%	26,12%	27,94%	28,18%	33,30%	36,69%	31,43%	33,97%	30,28%	32,75%	32,30%	30,95%	31,10%
Amigos o familiares	13,91%	15,68%	18,06%	31,63%	27,08%	29,30%	16,03%	21,64%	19,03%	15,06%	19,11%	16,87%	16,64%	20,30%	18,69%
Internet o redes sociales	28,94%	30,19%	28,26%	30,23%	25,34%	29,75%	32,92%	19,95%	29,82%	31,16%	26,79%	29,99%	30,78%	27,26%	29,59%
Turoperador o agencia de viajes	14,07%	7,56%	12,99%	5,61%	4,60%	5,53%	9,23%	2,72%	8,83%	11,51%	10,10%	11,75%	11,20%	7,66%	10,89%
Otros canales	12,32%	12,48%	12,69%	6,40%	15,03%	7,24%	8,51%	18,99%	10,88%	8,29%	13,72%	8,64%	9,08%	13,83%	9,73%

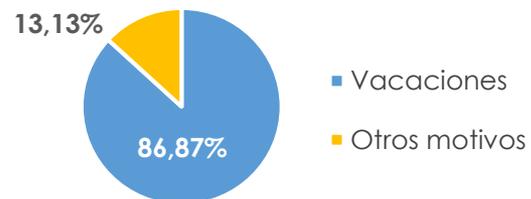
Las visitas anteriores a Canarias se sitúan como el canal principal para decidir visitar la isla con un **31,10%**, seguido de Internet o redes sociales, que para el caso concreto de España, supone su principal vía de información, con un **29,75%**.



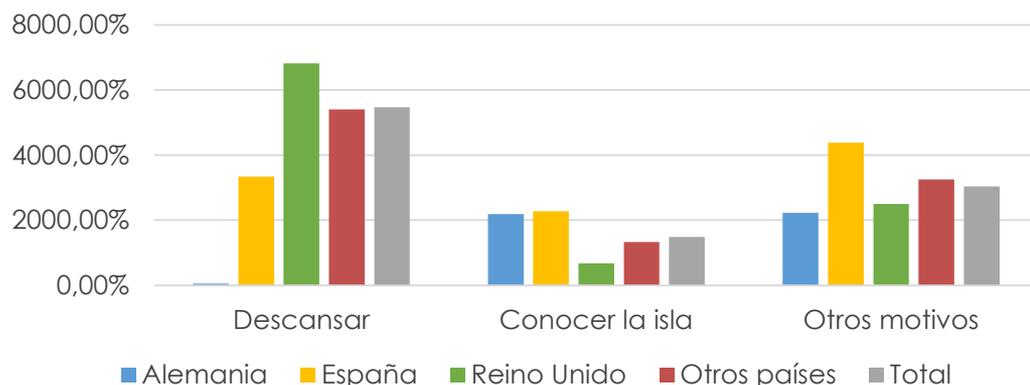
2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

Propósito del viaje	Total		
	T1 2019	T1 2021	T2 2022
Vacaciones	86,95%	65,50%	86,87%
Otros motivos	13,05%	34,50%	13,13%



Motivación de sus vacaciones	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Descansar	48,15%	50,80%	55,85%	26,30%	38,24%	33,43%	68,07%	53,07%	68,21%	60,89%	50,95%	54,12%	55,01%	48,01%	54,74%
Conocer la isla	30,17%	25,22%	21,91%	22,39%	16,07%	22,73%	11,56%	3,88%	6,77%	11,86%	17,00%	13,31%	17,26%	19,08%	14,86%
Otros motivos	21,68%	23,98%	22,24%	51,32%	45,69%	43,84%	20,38%	43,05%	25,02%	27,24%	32,04%	32,57%	27,72%	32,91%	30,40%



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria son las vacaciones, alcanzando el **86,87%**.

Dentro del motivo vacacional, el **54,74%** lo hacen sobre todo para descansar.

En cambio, la mayoría de los españoles que viajan a Gran Canaria lo hacen por otros motivos.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan "Mucho"	% de turistas
1º	Clima	83,67
2º	Mar	49,36
3º	Seguridad	47,59
4º	Playas	45,24
5º	Tranquilidad	42,06
6º	Pertenece a Europa	41,5
7º	Oferta alojativa	37,25
8º	Viaje sencillo	35,9
9º	Paisajes	32,46
10º	Entorno ambiental	30,52

Posición	Top 10 factores que importan "Nada"	% de turistas
1º	Ocio nocturno	46,43
2º	Red de senderos	39,36
3º	Oferta comercial	32,76
4º	Patrimonio histórico	32
5º	Oferta cultural	27,7
6º	Exotismo	26,41
7º	Pertenece a Europa	16,7
8º	Posibilidades de diversión	13,84
9º	Autenticidad	13,77
10º	Viaje sencillo	12,71

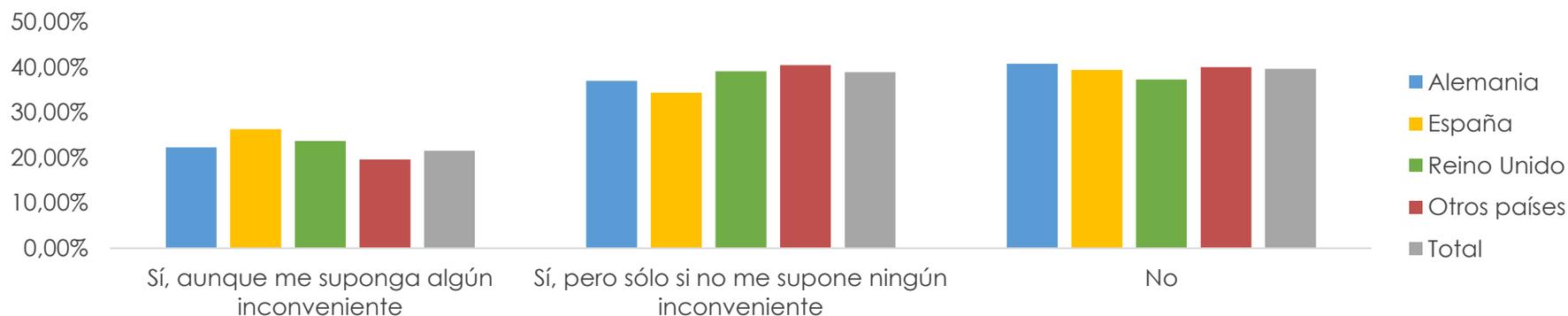
Los cuadros anteriores nos muestran el porcentaje de turistas según la importancia que le dan, "mucho" o "nada", a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino.

Entre los factores que importan "mucho", encontramos, encabezando la lista, el clima, seguido del mar, la seguridad, las playas y la tranquilidad. En cambio, entre los aspectos que les importan "nada", se hayan el ocio nocturno, la red de senderos, y la oferta comercial.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición a elegir opciones mas sostenibles al reservar

Predisposición a elegir opciones mas sostenibles	2022 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
Sí, aunque me suponga algún inconveniente	22,24%	26,27%	23,66%	19,56%	21,50%
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	36,99%	34,34%	39,08%	40,47%	38,87%
No	40,77%	39,39%	37,26%	39,97%	39,63%



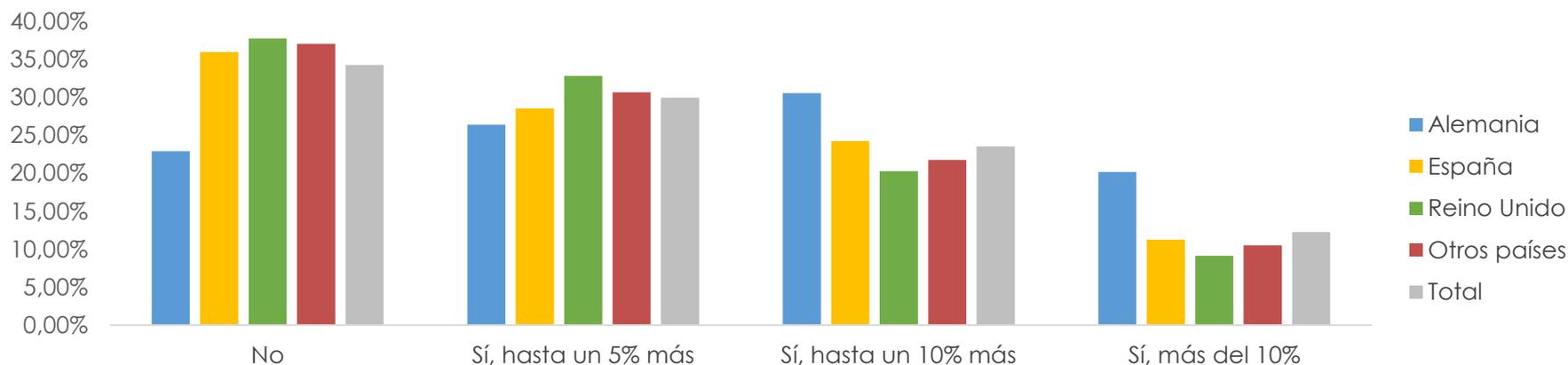
La mayor parte de los turistas no tienen predisposición a la hora de elegir opciones o destinos mas sostenibles en su decisión de viaje, con una cuota del **39,63%**. No obstante, la mayoría de los turistas británicos sí que tienen en cuenta opciones mas sostenibles, siempre y cuando no supongan ningún inconveniente (**39,08%**).

Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de elegir opciones mas sostenibles, el mercado español es el que mayor cuota presenta en comparación al resto de países, con un **26,27%** de turistas nacionales.

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 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
No	22,91%	35,96%	37,76%	37,06%	34,27%
Sí, hasta un 5% más	26,38%	28,55%	32,83%	30,68%	29,94%
Sí, hasta un 10% más	30,56%	24,23%	20,27%	21,77%	23,53%
Sí, más del 10%	20,15%	11,26%	9,13%	10,50%	12,26%



La mayor parte de los turistas no tienen predisposición a la hora de gastar un extra para reducir su huella de carbono, con una cuota del **34,27%**. Sin embargo, la mayoría de los turistas Alemanes sí que están dispuestos a hacer un gasto extra de hasta un 10% más (**30,56%**).

Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de gastar un extra para reducir su huella de carbono, de nuevo el mercado alemán es el que mayor cuota alcanza en comparación al resto de países, con un **20,15%** de turistas germanos.

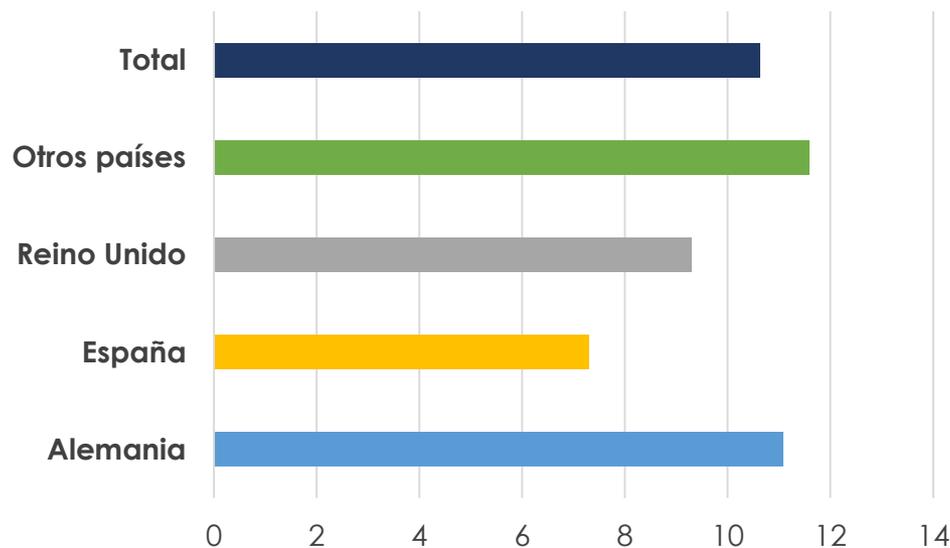
Sección 3

Durante la estancia

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según país de residencia

Estancia media	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Alemania	10,73	17,37	11,07	3,17%	-36,27%
España	5,94	8,98	7,3	22,90%	51,18%
Reino Unido	7,8	34,75	9,3	19,23%	345,51%
Otros países	10,27	17,14	11,58	12,76%	66,89%
Total	9,53	15,09	10,63	11,54%	58,34%



La estancia media total durante el primer trimestre de 2022 se situó en 10,63 días, lo que supone un aumento del **11,54%** respecto al 2019.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan de media, más días en la isla (11 días, sin tener en cuenta el dato de otros países), lo que supone más de 3 días por encima de los residentes en España.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según tipo de alojamiento

Estancia media	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. % 19-22 del total de turistas	Var. % 21-22 del total de turistas
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,17	9,65	8,5	4,04%	-11,92%
Hotel de 4 estrellas	8,02	9,07	7,83	-2,37%	-13,67%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,37	9,17	8,87	5,97%	-3,27%
Apartahotel o villa turística	10,82	24,22	11,61	7,30%	-52,06%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	8,85	15,21	11,21	26,67%	-26,30%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	13,38	27,5	17,9	33,71%	-34,95%
Vivienda propia o amigos/familiares	10,05	22,51	17,8	77,11%	-20,92%
Total	9,53	15,09	10,63	11,54%	-29,56%

La estancia media ha aumentado más con respecto a 2019 en todos los tipos de alojamiento, salvo en los hoteles de 4 estrellas, que disminuye en un **2,37%**

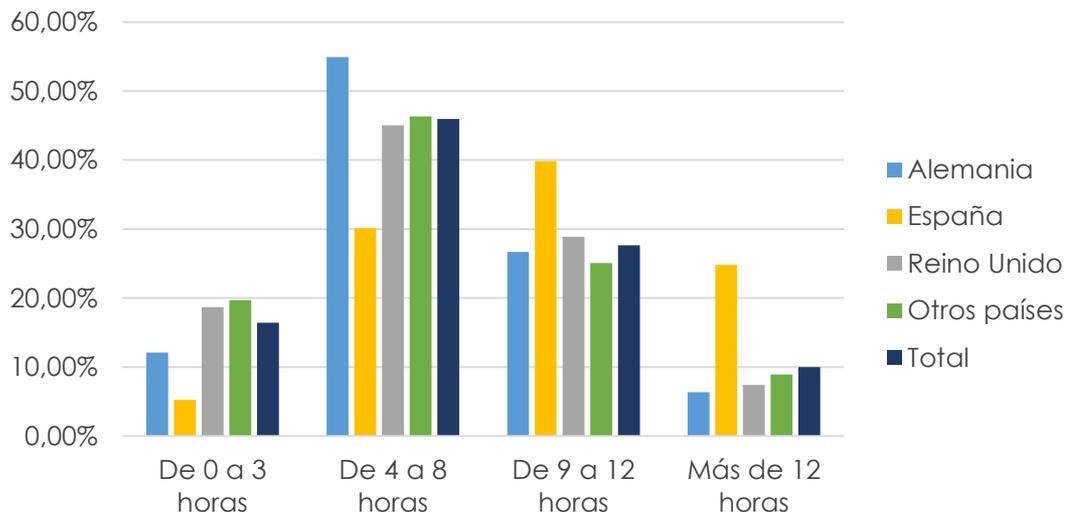
La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es la de Vivienda o habitación alquilada a un particular (17,9 días), seguido de los que se hospedan en una vivienda propia o de amigos/familiares (17,8 días).

En cuanto al sector hotelero, todas las categorías han experimentado un aumento en el número de noches contratadas, salvo los de 4 estrellas,.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
De 0 a 3 horas	12,43%	17,11%	12,10%	4,80%	6,68%	5,25%	16,74%	21,99%	18,67%	15,79%	16,12%	19,68%	13,78%	13,65%	16,40%
De 4 a 8 horas	55,69%	49,85%	54,92%	26,81%	33,86%	30,12%	47,97%	58,92%	45,03%	47,90%	49,33%	46,31%	47,07%	44,97%	45,97%
De 9 a 12 horas	26,08%	24,09%	26,66%	44,12%	41,26%	39,83%	28,74%	15,39%	28,88%	28,17%	27,46%	25,07%	29,74%	30,46%	27,66%
Más de 12 horas	5,80%	8,96%	6,33%	24,27%	18,21%	24,79%	6,55%	3,70%	7,41%	8,15%	7,10%	8,93%	9,41%	10,92%	9,97%



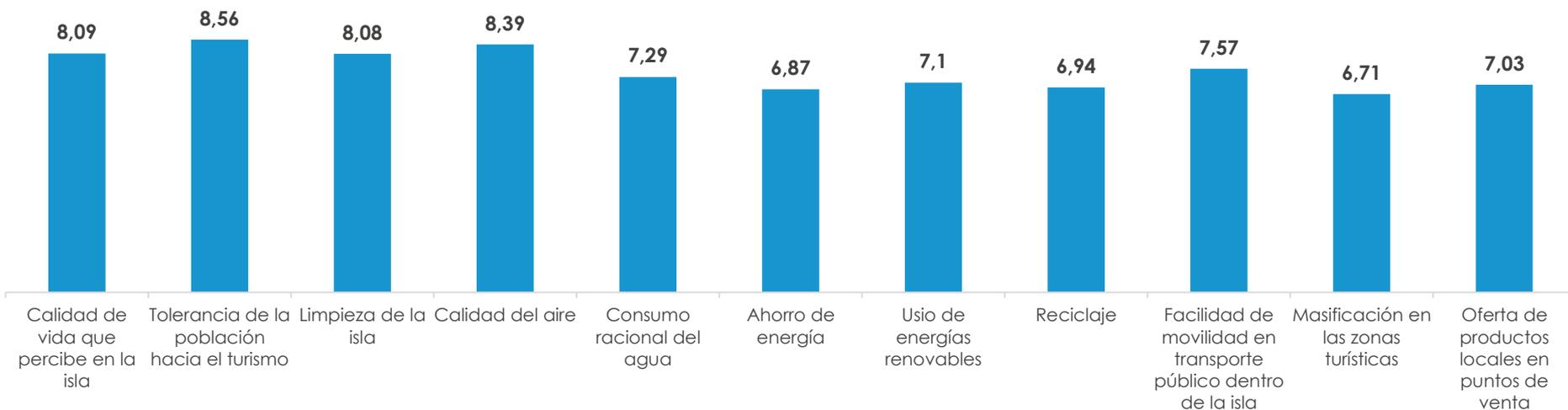
Un **45,97%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias. No obstante, cabe destacar que el **27,66%** lo hicieron entre 9 y 12 horas diarias.

Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, siendo el **24,79%** en la categoría de más de 12 horas. En contraposición, los visitantes británicos son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **18,67%** en el intervalo de 0 a 3 horas diarias (sin tener en cuenta el dato de otros países)

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 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
Calidad de vida que percibe en la isla	8,07	8,14	8,33	8,01	8,09
Tolerancia de la población hacia el turismo	8,56	8,57	8,75	8,49	8,56
Limpieza de la isla	7,81	7,73	8,59	8,09	8,08
Calidad del aire	8,48	8,37	8,51	8,32	8,39
Consumo racional del agua	7,12	7,22	7,60	7,27	7,29
Ahorro de energía	6,69	6,80	7,25	6,83	6,87
Uso de energías renovables	6,94	6,86	7,41	7,12	7,10
Reciclaje	6,72	6,68	7,43	6,93	6,94
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	7,63	7,01	7,70	7,63	7,57
Masificación en las zonas turísticas	6,12	6,93	6,91	6,81	6,71
Oferta de productos locales en puntos de venta	6,95	7,21	7,31	6,94	7,03



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	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Diferencia 19-22	Diferencia 21-22
Alemania	8,73	8,84	8,73	0,00	-0,11
España	8,69	8,69	8,8	0,11	0,11
Reino Unido	8,97	9,2	9,1	0,13	-0,1
Otros países	8,64	8,8	8,8	0,16	0
Total	8,71	8,79	8,84	0,13	0,05

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de 8,7 puntos.

La satisfacción media de los visitantes ha aumentado ligeramente con respecto al 2019 en 0,13 puntos.

Calificación de la experiencia	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Mejor de lo que esperaba	41,71%	45,98%	44,62%	41,89%	47,52%	50,87%	49,96%	44,41%	42,02%	46,85%	63,93%	48,82%	38,47%	45,15%	41,58%
A la altura de lo que esperaba	56,22%	51,26%	53,00%	56,55%	51,39%	47,32%	47,86%	52,78%	54,88%	51,55%	33,48%	48,06%	59,15%	50,94%	56,20%
Peor de lo que esperaba	2,07%	2,76%	2,38%	1,56%	1,09%	1,81%	2,18%	2,81%	3,09%	1,60%	2,59%	3,11%	2,38%	3,91%	2,22%

Más del **56%** de los visitantes afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que apenas un **2%** dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada. Las cifras son similares en los turistas según su país de residencia. En el caso de España, más de la mitad afirma que el viaje fue mejor de lo esperado. A su vez, en los visitantes nacionales, es donde se encuentra el menor valor de "peor viaje de lo esperado".

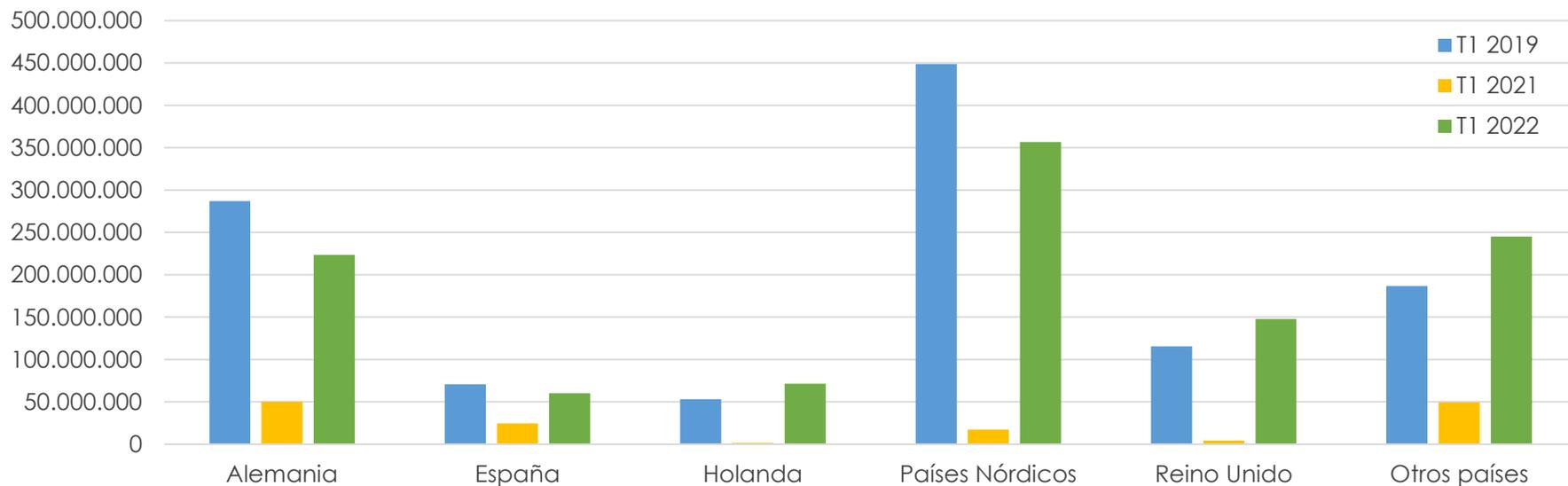
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (€)

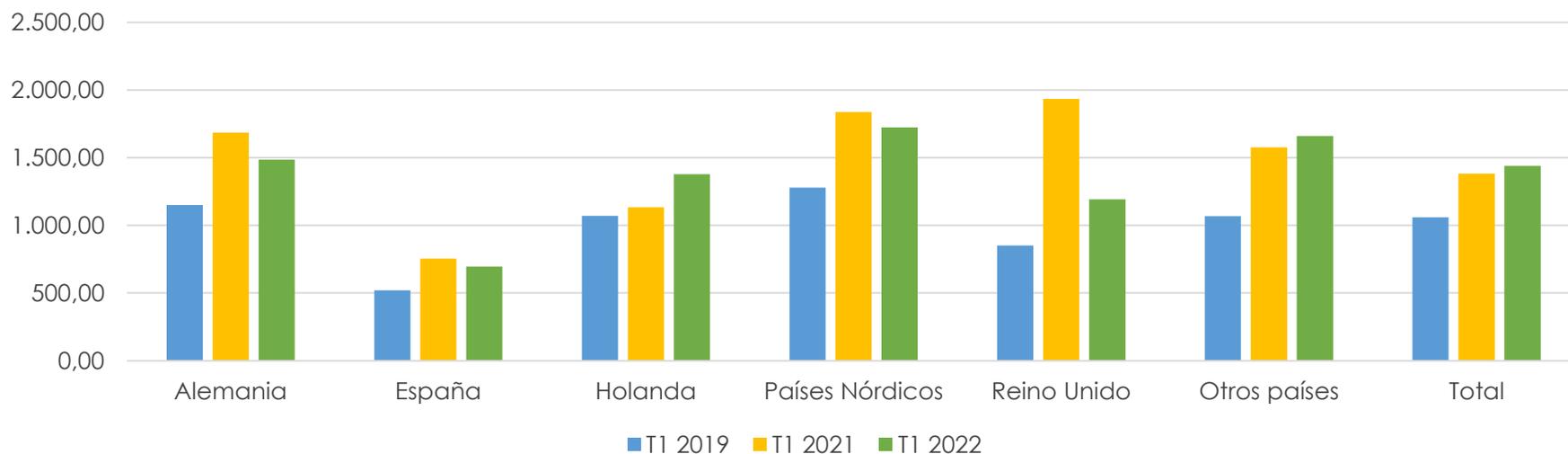
País	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Variación (%) 19-22	Variación (%) 21-22
Alemania	286.822.608	50.269.176	223.554.082	-22,06%	344,71%
España	70.600.670	24.495.027	60.207.602	-14,72%	145,80%
Holanda	52.999.899	1.683.538	71.270.667	34,47%	4.133,39%
Países Nórdicos	448.596.476	17.271.811	356.768.671	-20,47%	1.965,61%
Reino Unido	115.509.997	4.340.120	147.741.513	27,90%	3.304,09%
Otros países	186.654.191	49.467.630	245.193.926	31,36%	395,67%
Total	990.302.088	508.926.281	1.023.300.406	3,33%	101,07%



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

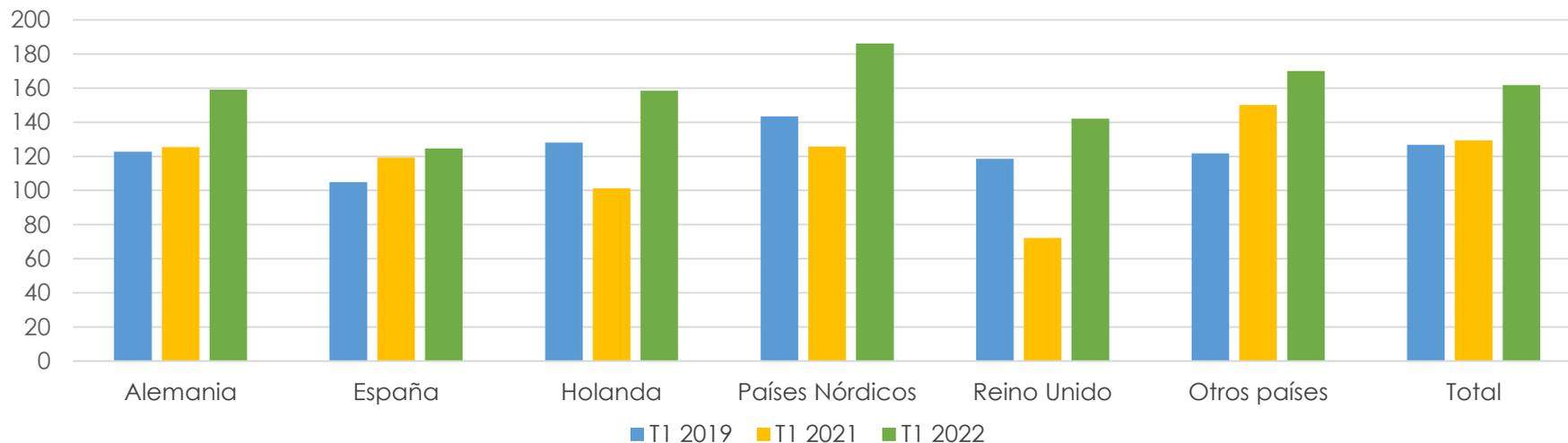
Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2019	1.151,07	520,57	1.069,69	1.278,33	850,43	1.068,87	1.059,74
T1 2021	1.685,19	754,41	1.134,46	1.838,77	1.935,83	1.576,8	1.381,47
T1 2022	1.486,09	695,77	1.377,74	1.724,11	1.192,65	1.660,79	1.440,08
Variación 19-22	335,02	175,20	308,05	445,78	342,22	591,92	380,34
Variación 21-22	-199,10	-58,64	243,28	-114,66	-743,18	83,99	58,61
Var. % 19-22	29,11%	33,66%	28,80%	34,87%	40,24%	55,38%	35,89%
Var. % 21-22	-11,81%	-7,77%	21,44%	-6,24%	-38,39%	5,33%	4,24%



5. Gasto turístico.

Gasto medio diario por turista según país de residencia (€)

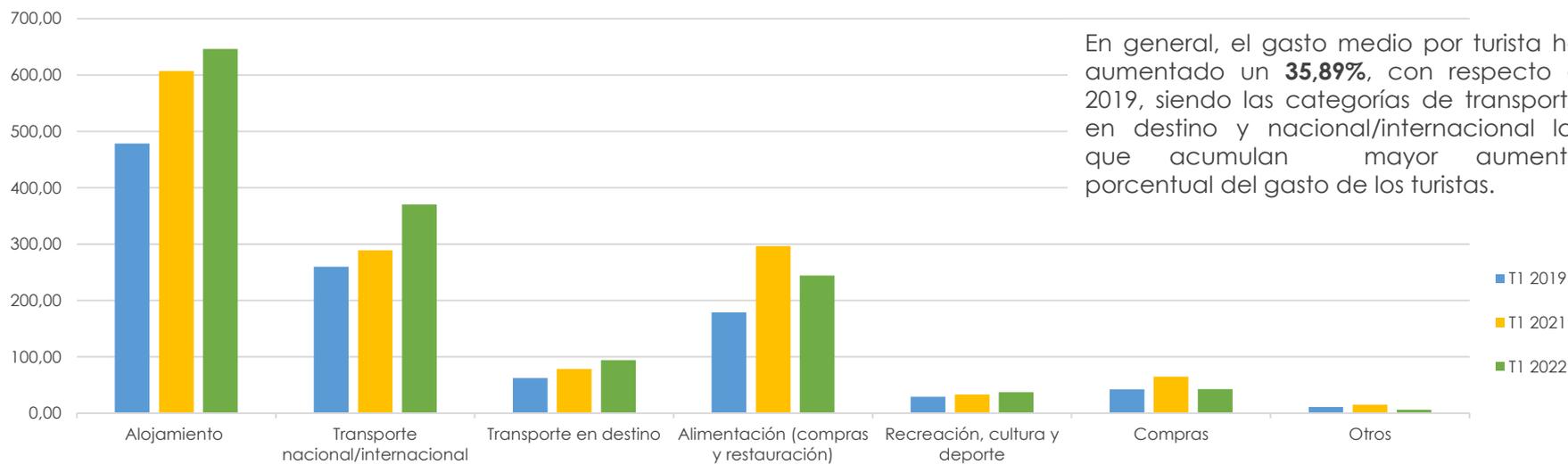
Gasto diario por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2019	122,74	104,96	128,08	143,5	118,59	121,8	126,76
T1 2021	125,38	119,17	101,32	125,68	72,3	150,12	129,34
T1 2022	159,18	124,52	158,48	186,11	142,03	169,86	161,77
Variación 19-22	36,44	19,56	30,4	42,61	23,44	48,06	35,01
Variación 21-22	33,8	5,35	57,16	60,43	69,73	19,74	32,43
Var. % 19-22	29,69%	18,64%	23,74%	29,69%	19,77%	39,46%	27,62%
Var. % 21-22	26,96%	4,49%	56,42%	48,08%	96,45%	13,15%	25,07%



5. Gasto turístico.

Gasto medio desglosado (€)

Gasto desglosado	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Variación 19-22	Variación 21-22	Var. (%) 19-22	Var. (%) 21-22
Alojamiento	478,40	607,07	645,89	167,49	38,82	35,01%	6,39%
Transporte nacional/internacional	259,42	288,77	370,33	110,91	81,56	42,75%	28,24%
Transporte en destino	62,20	78,28	93,85	31,65	15,57	50,88%	19,89%
Alimentación (compras y restauración)	178,45	296,05	244,13	65,68	-51,92	36,81%	-17,54%
Recreación, cultura y deporte	28,76	32,86	37,06	8,30	4,20	28,86%	12,78%
Compras	41,90	64,74	42,75	0,85	-21,99	2,03%	-33,97%
Otros	10,61	14,72	6,08	-4,53	-8,64	-42,70%	-58,70%
Total	1.059,74	1.382,49	1.440,09	380,35	57,60	35,89%	4,17%



5. Gasto turístico.

Gasto medio y diario por turista según edad (€)

Gasto por turista	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. (%) 19-22	Var. (%) 21-22
Total grupo de edades	1.059,74	1.381,47	1.440,08	35,89%	-4,07%
De 16 a 44 años	857,15	1.142,92	1.300,15	51,68%	-12,09%
Mayor de 44 años	1.186,63	1.618,87	1.564,15	31,81%	3,50%



El gasto medio de los turistas aumenta por grupos de edad con un **35,89%** de promedio, siendo los más jóvenes los que mas gastan diariamente con respecto a 2019.

Gasto por turista y día	T1 2019	T1 2021	T1 2022	Var. (%) 19-22	Var. (%) 21-22
Total grupo de edades	126,76	129,34	161,77	27,62%	25,07%
De 16 a 44 años	120,10	119,57	157,51	31,15%	31,73%
Mayor de 44 años	130,94	139,07	165,55	26,43%	19,04%

