

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe del primer trimestre de 2024



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	16
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	21
Satisfacción y calificación de la experiencia	
SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO	23

Sección 1

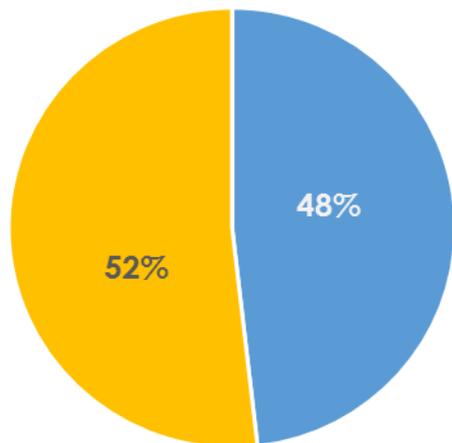
Perfil sociodemográfico

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

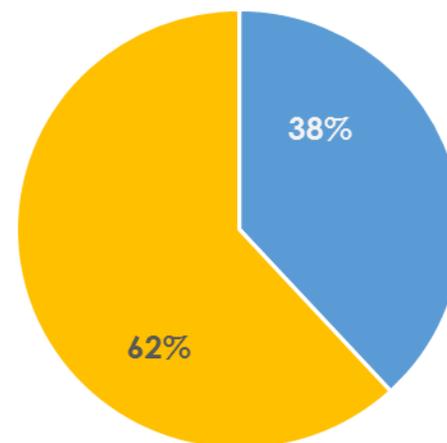
Según sexo y edad

Sexo	T1 2019	T1 2022	T1 2023
Hombres	49,62%	51,22%	48,18%
Mujeres	50,38%	48,78%	51,82%

Grupo de edad	T1 2019	T1 2022	T1 2023
De 16 a 44 años	38,51%	38,88%	38,15%
Mayor de 44 años	61,49%	61,12%	61,85%



■ Hombres ■ Mujeres



■ De 16 a 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.

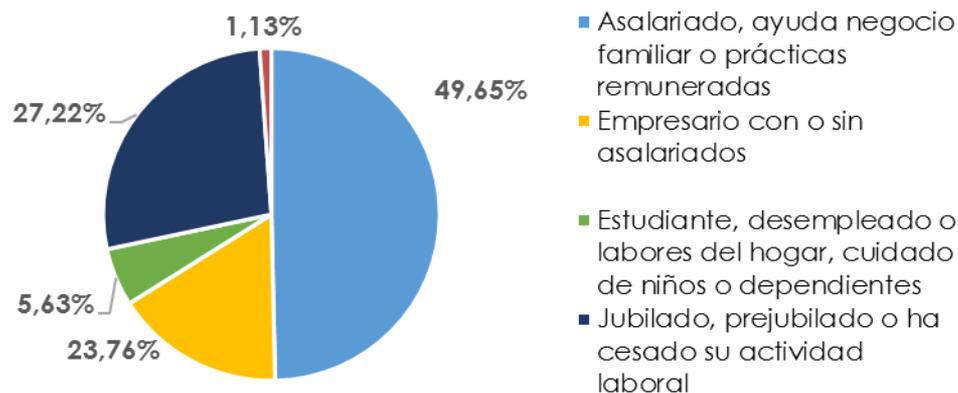
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

Situación laboral	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	46,35%	47,18%	49,65%	18,28%	19,71%
Empresario con o sin asalariados	23,12%	20,05%	16,36%	-21,88%	-7,20%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	5,47%	6,71%	5,63%	13,68%	-4,48%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	24,09%	25,26%	27,22%	24,78%	22,61%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,97%	0,80%	1,13%	28,49%	61,69%

La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, representando un **49,65%**, seguidos por aquellos turistas jubilados, que representan el **27,22%**.

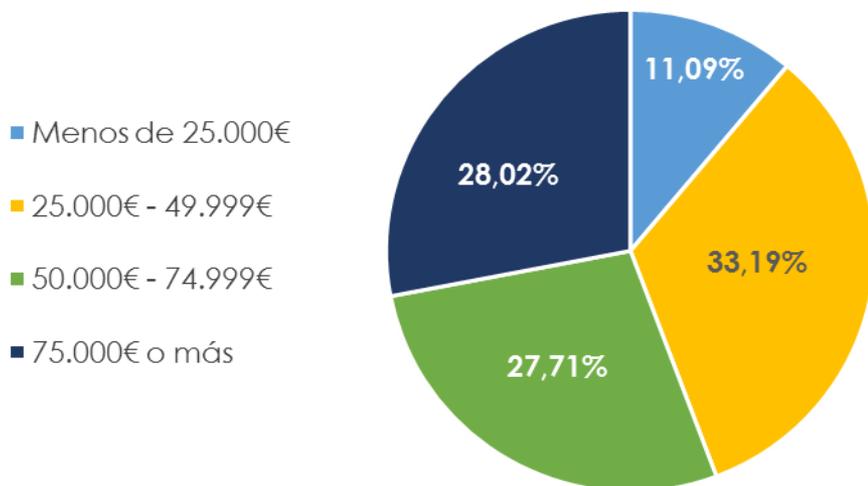
Todos los grupos, excepto *empresarios*, experimentan un incremento frente al primer trimestre del 2019.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
Menos de 25.000€	15,66%	11,60%	11,09%	-21,80%	8,76%
25.000€ - 49.999€	36,54%	31,44%	33,19%	0,28%	20,06%
50.000€ - 74.999€	23,73%	25,65%	27,71%	28,90%	22,88%
75.000€ o más	24,07%	31,31%	28,02%	28,52%	1,80%



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€.

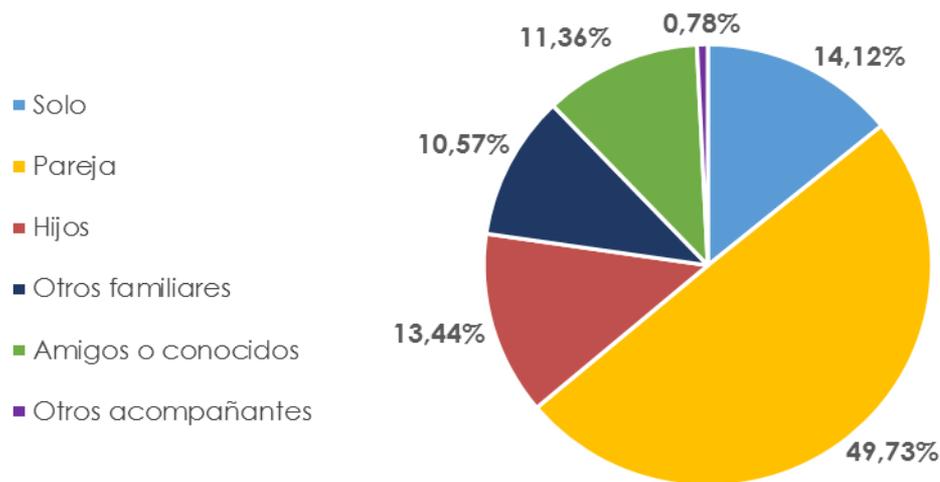
Los turistas con una renta entre 25.000 € - 49.999 € son los que más visitan la isla, con un **33,19%**, seguidos de los que ingresan 75.000€ o más, que representan un **28,02%** del total.

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 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
Solo	12,34%	13,34%	14,12%	23,77%	17,74%
Pareja	54,11%	50,83%	49,73%	-0,58%	8,89%
Hijos	12,19%	15,20%	13,44%	19,20%	-1,64%
Otros familiares	8,38%	10,98%	10,57%	36,37%	7,15%
Amigos o conocidos	11,76%	8,73%	11,36%	4,51%	44,84%
Otros acompañantes	1,22%	0,91%	0,78%	-30,89%	-4,80%

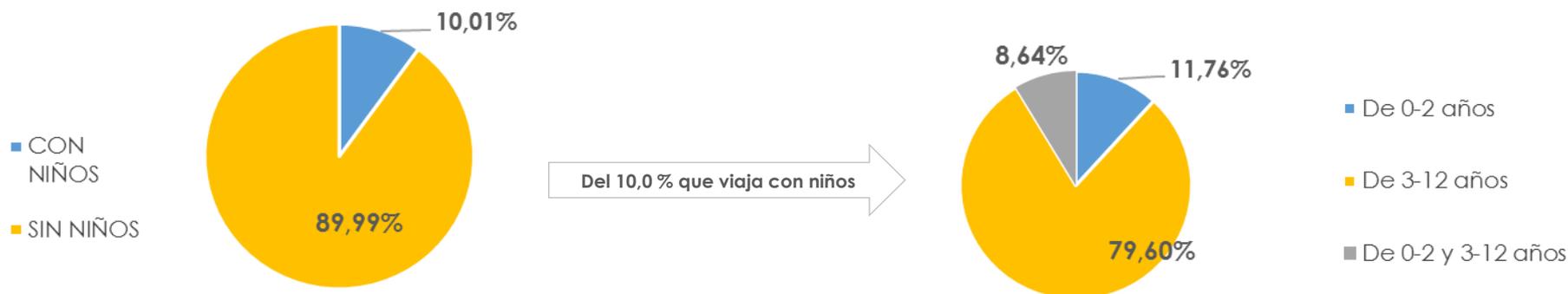


Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **49,73%**, seguidos de los que vienen solos, que representan un **14,12%** del total de turistas.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañantes menores de 13 años

Tipo de acompañante	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
CON NIÑOS	10,01%	13,06%	10,01%	0,68%	-12,87%
Menores de 0-2 años	11,76%	8,96%	11,76%	-16,68%	14,35%
Menores de 3-12 años	79,60%	83,99%	79,60%	2,72%	-17,42%
Menores de 0-2 y 3-12 años	8,64%	7,05%	8,64%	11,92%	6,79%
SIN NIÑOS	89,99%	86,94%	89,99%	11,61%	17,76%



En el primer trimestre de 2024, el **89,99%** 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 79,60%. Los grupos de menores entre 0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el **11,76%** y **8,64%**, respectivamente.

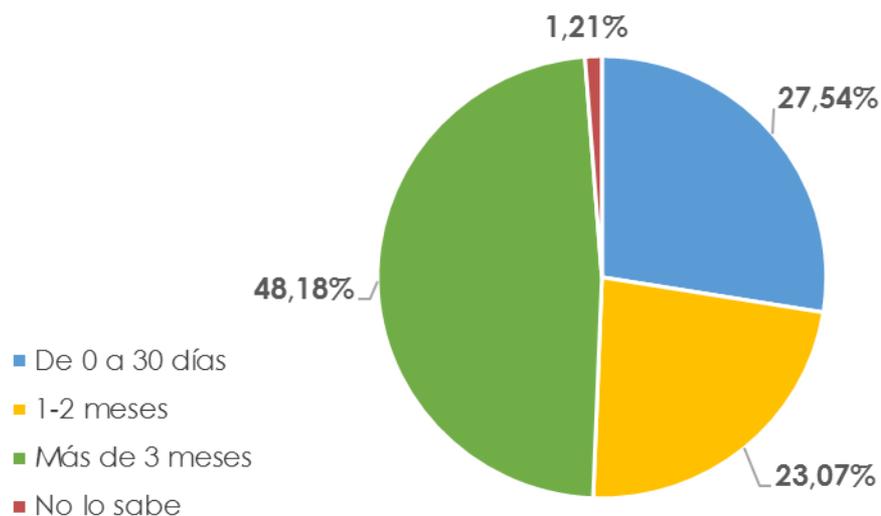
Sección 2

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 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
De 0 a 30 días	33,51%	30,33%	27,54%	-9,26%	3,31%
1-2 meses	26,10%	27,27%	23,07%	-2,41%	-3,75%
Más de 3 meses	39,70%	41,67%	48,18%	33,99%	31,52%
No lo sabe	0,69%	0,73%	1,21%	94,60%	87,61%



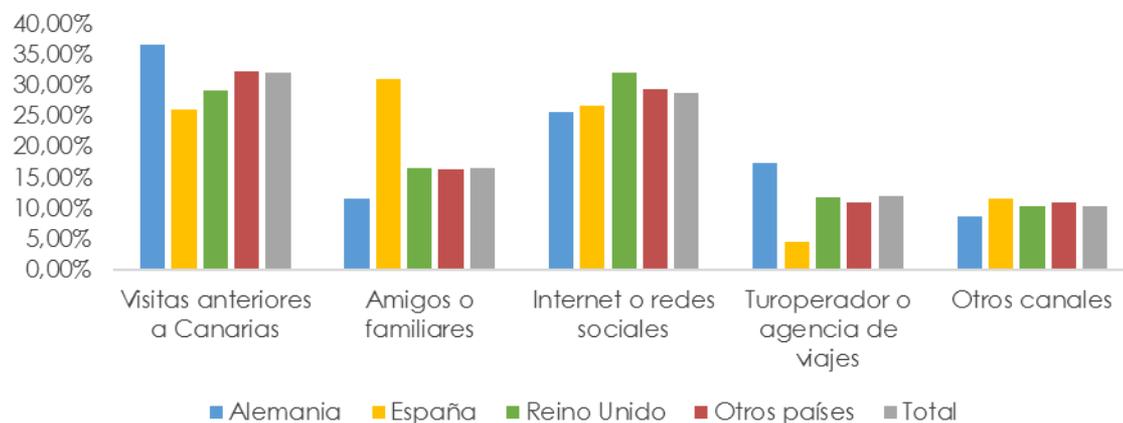
En el primer trimestre de 2024, casi un **50%** de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de menos de 1 mes.

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	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024
Visitas anteriores a Canarias	30,75%	30,03%	36,61%	26,12%	26,68%	26,06%	33,30%	32,97%	29,22%	33,97%	33,27%	32,25%	32,30%	31,96%	32,04%
Amigos o familiares	13,91%	14,24%	11,61%	31,63%	30,23%	31,06%	16,03%	16,41%	16,57%	15,06%	17,47%	16,30%	16,64%	17,70%	16,64%
Internet o redes sociales	28,94%	28,35%	25,61%	30,23%	24,95%	26,67%	32,92%	28,88%	32,03%	31,16%	27,76%	29,38%	30,78%	27,85%	28,89%
Turoperador o agencia de viajes	14,07%	16,43%	17,45%	5,61%	5,46%	4,66%	9,23%	12,34%	11,87%	11,51%	11,95%	11,07%	11,20%	12,41%	11,99%
Otros canales	12,32%	10,95%	8,72%	6,40%	12,68%	11,55%	8,51%	9,40%	10,30%	8,29%	9,54%	10,99%	9,08%	10,09%	10,44%

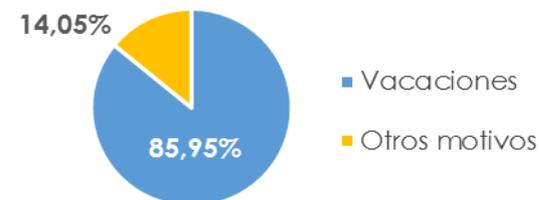
Las visitas anteriores a Canarias se sitúan como el canal principal para decidir visitar la isla con un **32,04%**, seguido de Internet o redes sociales, que para el caso concreto de España, supone su principal vía de información, con un **32,03%**.



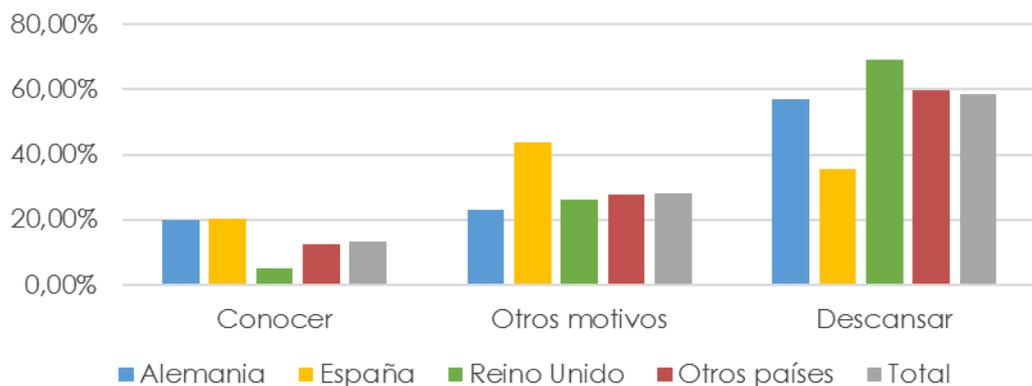
2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

Propósito del viaje	Total		
	T1 2019	T1 2023	T1 2024
Vacaciones	87,06%	86,17%	85,95%
Otros motivos	12,94%	13,83%	14,05%



Motivación de sus vacaciones	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024
Conocer la isla	30,17%	28,21%	19,92%	22,39%	19,52%	20,43%	11,56%	9,93%	4,91%	11,97%	14,35%	12,40%	17,32%	16,93%	13,36%
Otros motivos	21,68%	25,64%	23,07%	51,32%	50,38%	43,86%	20,38%	22,88%	26,18%	27,14%	33,22%	27,87%	27,67%	31,42%	28,00%
Descansar	48,15%	46,16%	57,01%	26,30%	30,10%	35,70%	68,07%	67,20%	68,90%	60,89%	52,43%	59,72%	55,01%	51,65%	58,64%



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria son las vacaciones, alcanzando el **85,95%**.

Dentro del motivo vacacional, el **58,64%** 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	81,91
2º	Seguridad	51,56
3º	Mar	46,55
4º	Tranquilidad	43,04
5º	Playas	42,44
6º	Oferta alojativa	37,60
7º	Pertenece a Europa	34,08
8º	Viaje sencillo	34,06
9º	Entorno ambiental	30,24
10º	Precio	29,22

Posición	Top 10 factores que importan "Nada"	% de turistas
1º	Ocio nocturno	48,96
2º	Red de senderos	41,50
3º	Oferta comercial	31,11
4º	Patrimonio histórico	30,09
5º	Exotismo	27,28
6º	Oferta cultural	23,24
7º	Pertenece a Europa	17,92
8º	Autenticidad	14,15
9º	Gastronomía	12,91
10º	Posibilidades de diversión	11,99

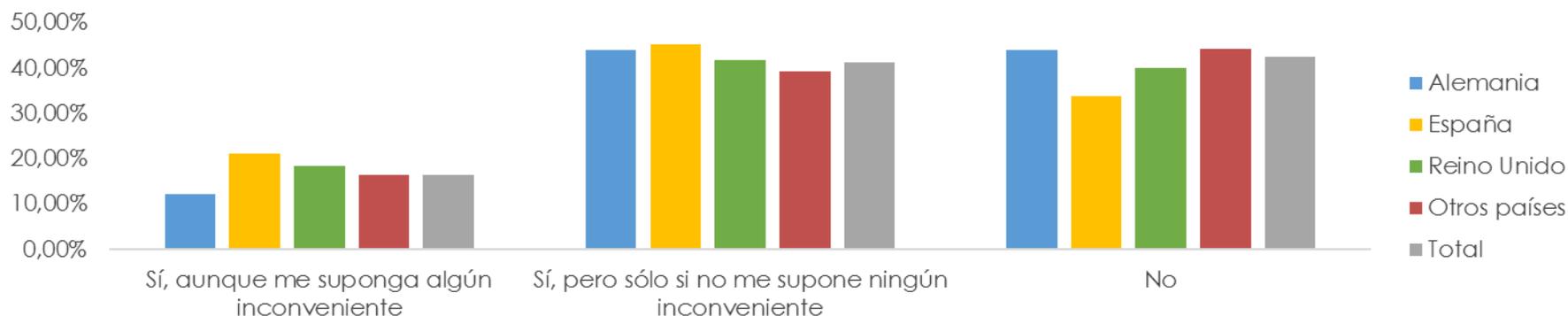
Los cuadros anteriores nos muestran el porcentaje de turistas según la importancia que le dan, "mucho" o "nada", a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino.

Entre los factores que importan "mucho", encontramos, encabezando la lista, el clima, seguido de la seguridad, el mar, la tranquilidad y las playas. 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 más sostenibles al reservar

Predisposición a elegir opciones más sostenibles	2024 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
Sí, aunque me suponga algún inconveniente	12,05%	21,17%	18,28%	16,44%	16,33%
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	43,97%	45,17%	41,63%	39,31%	41,24%
No	43,97%	33,66%	40,09%	44,26%	42,43%



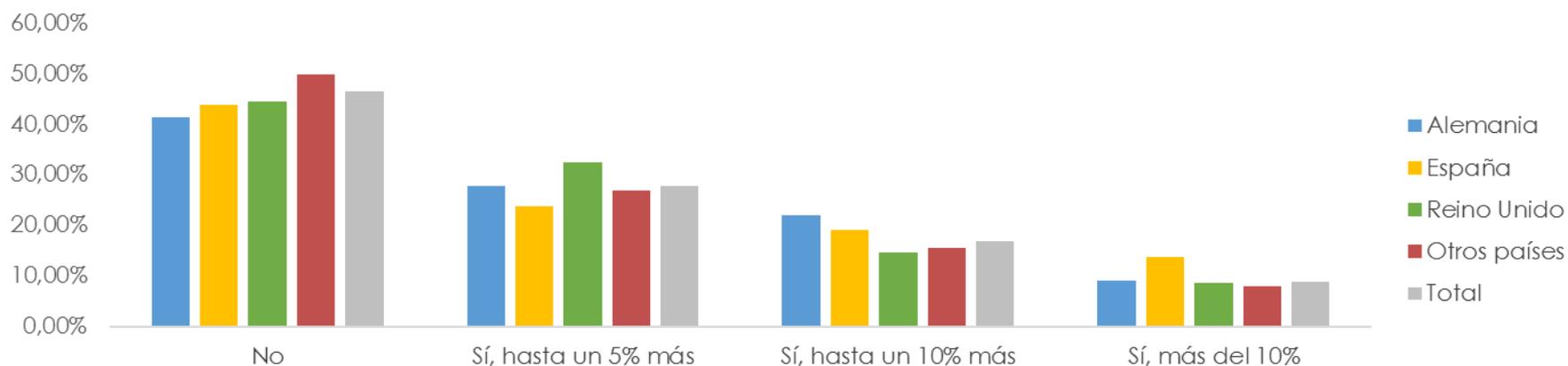
La mayor parte de los turistas no tienen predisposición a la hora de elegir opciones o destinos más sostenibles en su decisión de viaje, con una cuota del **42,43%**. No obstante, la mayoría de los turistas españoles sí que tienen en cuenta opciones más sostenibles, siempre y cuando no supongan ningún inconveniente (**45,17%**).

Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de elegir opciones más sostenibles, el mercado británico es el que mayor cuota presenta en comparación al resto de países, con un **19,24%** de turistas.

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	2024 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
No	41,41%	43,74%	44,35%	49,78%	46,54%
Sí, hasta un 5% más	27,64%	23,63%	32,48%	26,80%	27,64%
Sí, hasta un 10% más	21,90%	18,95%	14,50%	15,40%	16,93%
Sí, más del 10%	9,05%	13,68%	8,67%	8,02%	8,90%



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 **46,54%**. Sin embargo, la mayoría de los turistas Alemanes sí que están dispuestos a hacer un gasto extra de hasta un 10% más (**30,95%**).

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 **22,40%** de turistas germanos.

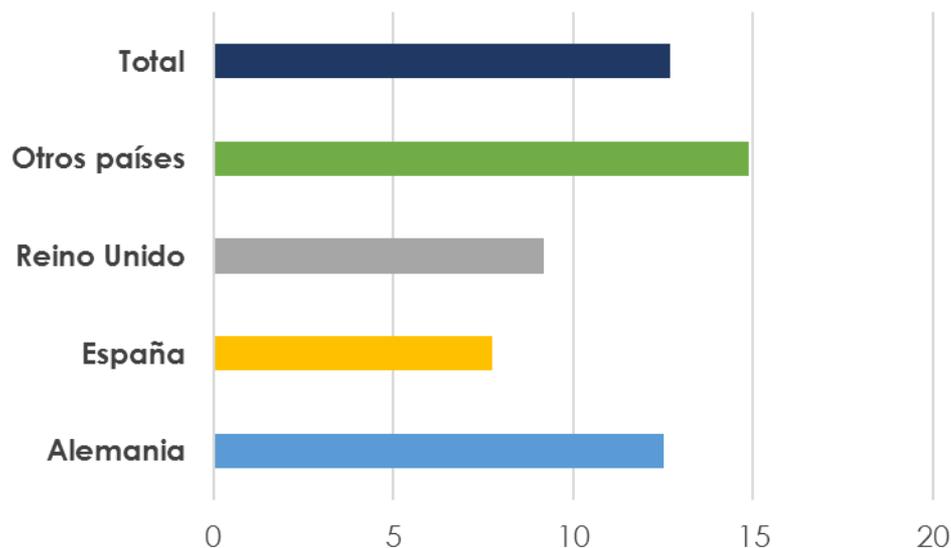
Sección 3

Durante la estancia

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según país de residencia

Estancia media	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 23-24 del total de turistas
Alemania	10,73	12,56	12,53	16,78%	-0,24%
España	5,94	6,54	7,74	30,30%	18,35%
Reino Unido	7,8	9,43	9,18	17,69%	-2,65%
Otros países	10,27	11,83	14,87	44,79%	25,70%
Total	9,53	11,05	12,71	33,37%	15,02%



La estancia media total durante el primer trimestre de 2024 se situó en 12,71 días, lo que supone un aumento del **33,37%** respecto al 2019.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan de media, más días en la isla (12,53 días, sin tener en cuenta el dato de otros países), lo que supone más de 4 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 2023	T1 2024	Var. % 19-24 del total de turistas	Var. % 21-24 del total de turistas
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,17	8,87	9,00	10,16%	1,47%
Hotel de 4 estrellas	8,02	8,62	8,96	11,72%	3,94%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,37	9,28	9,99	19,35%	7,65%
Apartahotel o villa turística	10,82	12,47	12,92	19,41%	3,61%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	8,85	12,77	12,29	38,87%	-3,76%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	13,38	15,49	25,82	92,97%	66,69%
Vivienda propia o amigos/familiares	10,05	14,31	17,05	69,65%	19,15%
Total	9,53	11,05	12,71	33,37%	15,02%

La estancia media ha aumentado más con respecto a 2019 en todos los tipos de alojamiento.

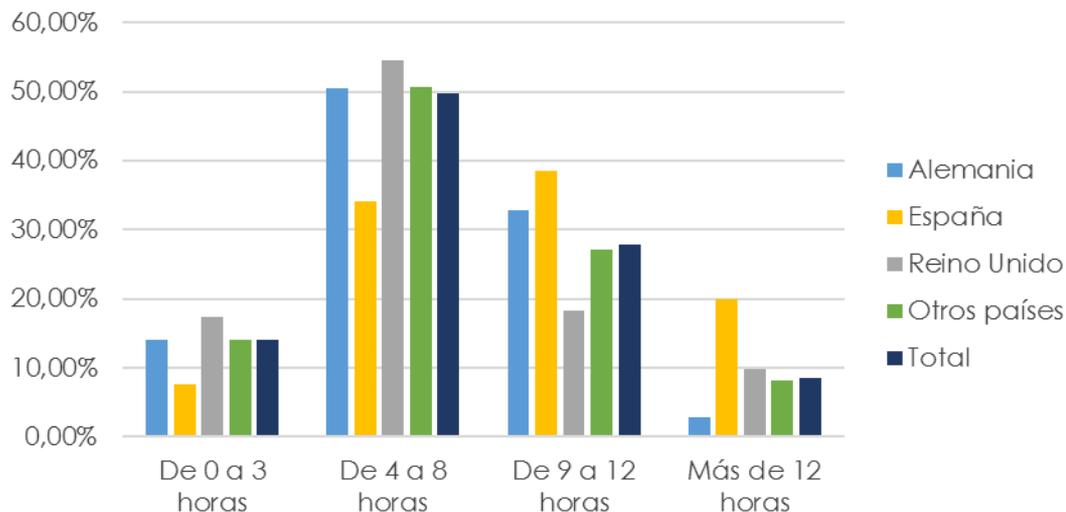
La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es la de Vivienda o habitación alquilada a un particular (25,82 días), seguido de los que se hospedan en una vivienda propia o de amigos/familiares (17,05 días).

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

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	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024
De 0 a 3 horas	12,43%	14,31%	14,02%	4,80%	6,15%	7,59%	16,74%	22,49%	17,33%	15,79%	14,67%	14,07%	13,78%	15,02%	13,98%
De 4 a 8 horas	55,69%	57,47%	50,42%	26,81%	30,16%	34,05%	47,97%	47,95%	54,52%	47,90%	48,83%	50,70%	47,07%	48,55%	49,65%
De 9 a 12 horas	26,08%	23,95%	32,85%	44,12%	43,09%	38,48%	28,74%	23,59%	18,30%	28,17%	27,04%	27,15%	29,74%	27,47%	27,92%
Más de 12 horas	5,80%	4,26%	2,72%	24,27%	20,60%	19,88%	6,55%	5,98%	9,85%	8,15%	9,46%	8,08%	9,41%	8,95%	8,45%



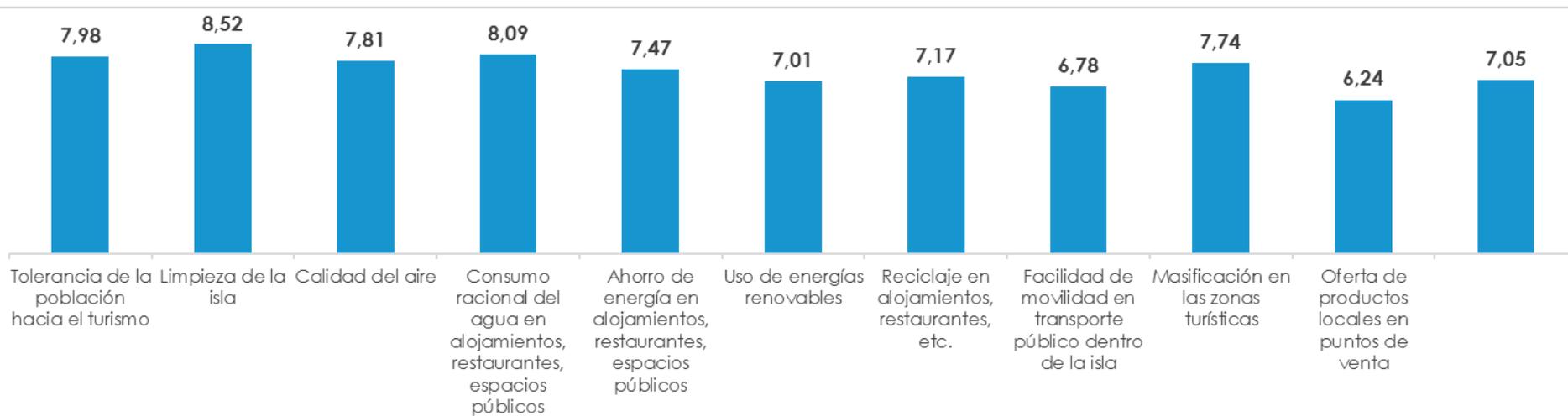
Un **49,65%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias. No obstante, cabe destacar que el **27,92%** lo hicieron entre 9 y 12 horas diarias.

Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, siendo el **38,48%**. En contraposición, los visitantes británicos son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **17,33%** en el intervalo de 0 a 3 horas.

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	2024 - Primer Trimestre				
	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
Calidad de vida que percibe en la isla	7,78	8,29	8,18	7,92	7,98
Tolerancia de la población hacia el turismo	8,56	8,72	8,69	8,41	8,52
Limpieza de la isla	7,62	7,56	8,46	7,72	7,81
Calidad del aire	8,33	8,13	8,34	7,91	8,09
Consumo racional del agua	7,39	7,51	7,76	7,4	7,47
Ahorro de energía	6,92	7,23	7,14	6,97	7,01
Uso de energías renovables	6,96	7,27	7,46	7,14	7,17
Reciclaje	6,67	7,07	7,45	6,56	6,78
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	8,01	7,22	8,22	7,57	7,74
Masificación en las zonas turísticas	5,53	6,54	6,32	6,44	6,24
Oferta de productos locales en puntos de venta	7,07	7,45	6,87	7,04	7,05



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 2023	T1 2024	Diferencia 19-24	Diferencia 23-24
Alemania	8,73	8,76	8,63	-0,1	-0,13
España	8,69	8,84	8,81	0,12	-0,03
Reino Unido	8,97	9	9,07	0,1	0,07
Otros países	8,64	8,64	8,71	0,07	0,07
Total	8,71	8,75	8,76	0,05	0,01

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de 8,6 puntos.

La satisfacción media de los visitantes ha aumentado ligeramente con respecto al 2019 en 0,05 puntos.

Calificación de la experiencia	Alemania Primer trimestre			España Primer trimestre			Reino Unido Primer trimestre			Otros países Primer trimestre			Total Primer trimestre		
	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024	2019	2023	2024
Mejor de lo que esperaba	41,89%	42,05%	34,07%	49,96%	49,68%	45,48%	46,85%	45,79%	42,55%	38,47%	37,37%	35,74%	41,71%	40,96%	37,53%
A la altura de lo que esperaba	56,55%	57,61%	65,02%	47,86%	48,51%	49,36%	51,55%	51,56%	52,22%	59,15%	60,18%	62,32%	56,22%	57,05%	59,86%
Peor de lo que esperaba	1,56%	0,35%	0,90%	2,18%	1,81%	5,16%	1,60%	2,65%	5,23%	2,38%	2,45%	1,94%	2,07%	1,99%	2,61%

Más del **59%** 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 del **45%** afirma que el viaje fue mejor de lo esperado. A su vez, en los visitantes alemanes, es donde se encuentra el menor valor de "peor viaje de lo esperado".

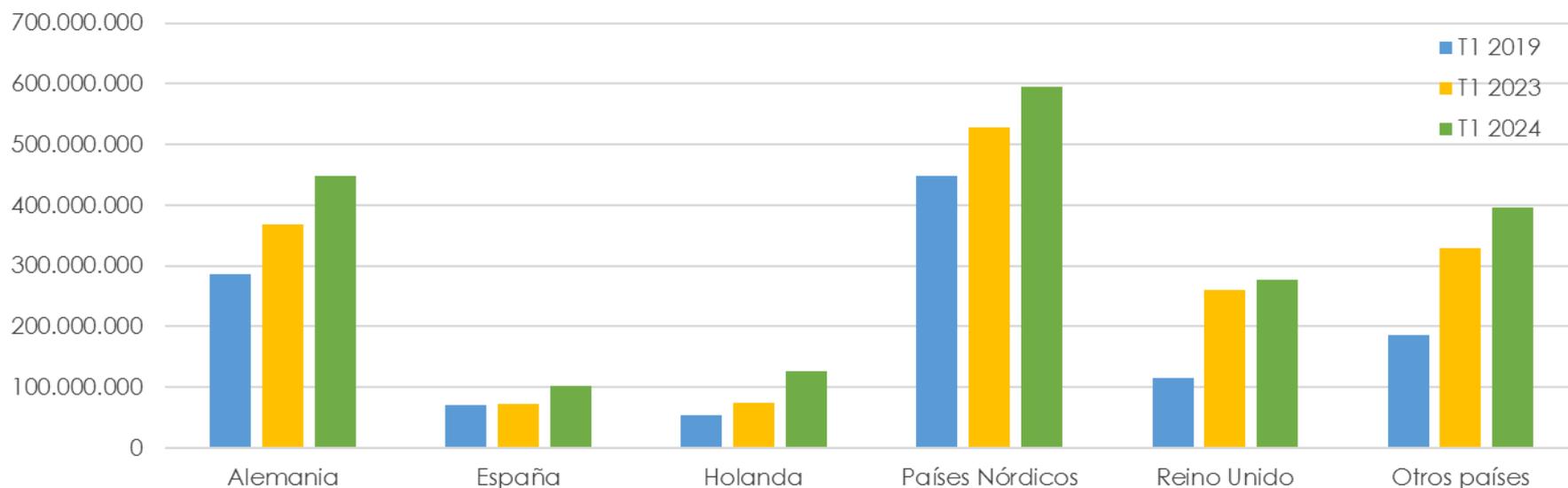
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (€)

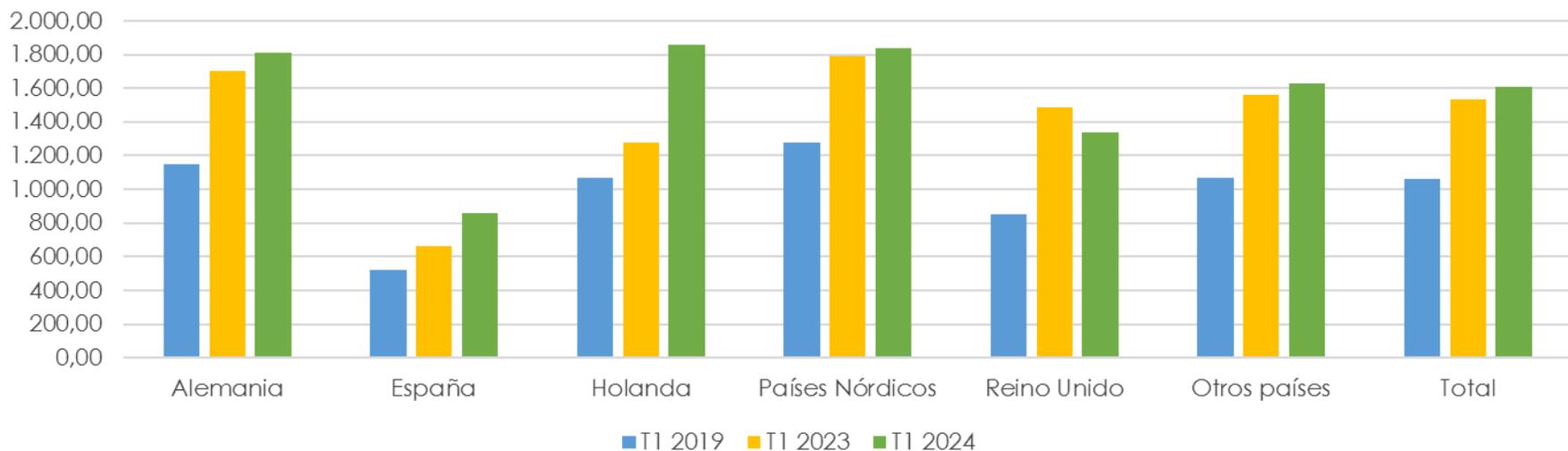
País	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Variación (%) 19-23	Variación (%) 23-24
Alemania	286.822.608	367.944.709	447.668.315	56,08%	21,67%
España	70.600.670	71.709.344	102.378.694	45,01%	42,77%
Holanda	52.999.899	75.007.364	126.876.547	139,39%	69,15%
Países Nórdicos	448.596.476	528.965.012	595.414.354	32,73%	12,56%
Reino Unido	115.509.997	260.378.708	277.894.672	140,58%	6,73%
Otros países	186.654.191	328.218.896	395.454.514	111,86%	20,48%
Total	1.161.183.842	1.632.224.033	1.945.687.096	67,56%	19,20%



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

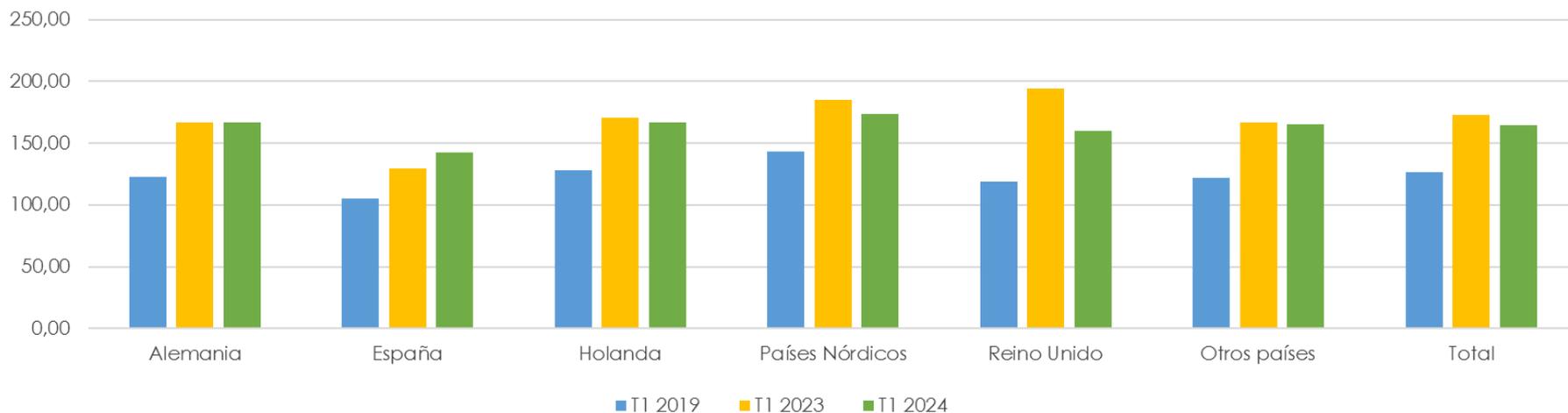
Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2019	1.151,07	520,57	1.069,69	1.278,33	850,43	1.068,87	1.059,74
T1 2023	1.699,26	666,24	1.277,85	1.792,20	1.484,50	1.562,34	1.534,78
T1 2024	1.810,52	855,99	1.858,81	1.840,38	1.337,32	1.625,14	1.608,30
Variación 19-24	659,45	335,42	789,12	562,05	486,89	556,27	548,56
Variación 23-24	111,26	189,75	580,96	48,18	-147,18	62,80	73,52
Var. % 19-24	57,29%	64,43%	73,77%	43,97%	57,25%	52,04%	51,76%
Var. % 23-24	6,55%	28,48%	45,46%	2,69%	-9,91%	4,02%	4,79%



5. Gasto turístico.

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

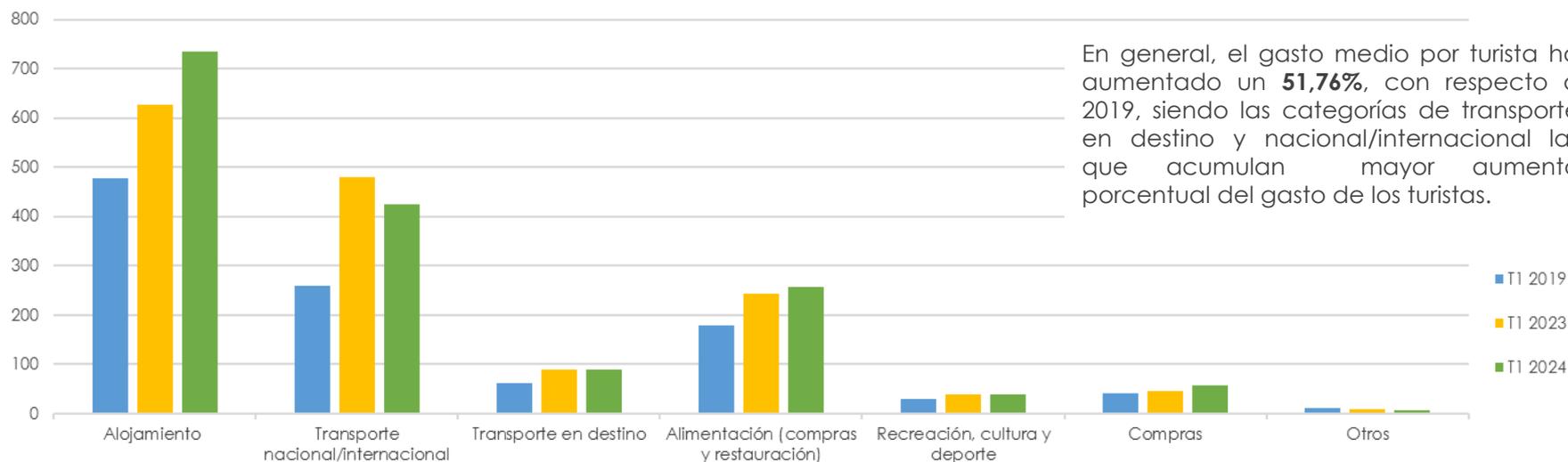
Gasto diario por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2019	122,74	104,96	128,08	143,50	118,59	121,80	126,76
T1 2023	167,17	129,52	170,28	184,75	193,95	167,17	172,83
T1 2024	166,87	142,68	166,81	173,92	159,91	165,25	164,84
Variación 19-24	44,13	37,72	38,73	30,42	41,32	43,45	38,08
Variación 23-24	-0,30	13,16	-3,47	-10,83	-34,04	-1,92	-7,99
Var. % 19-24	35,95%	35,94%	30,24%	21,20%	34,84%	35,67%	30,04%
Var. % 23-24	-0,18%	10,16%	-2,04%	-5,86%	-17,55%	-1,15%	-4,62%



5. Gasto turístico.

Gasto medio desglosado (€)

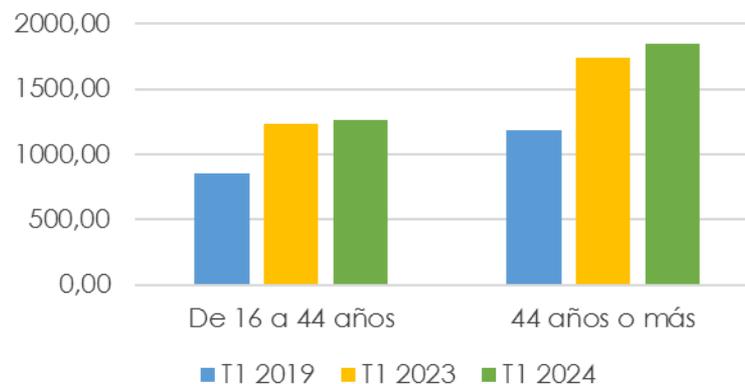
Gasto desglosado	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Variación 19-24	Variación 23-24	Var. (%) 19-24	Var. (%) 23-24
Alojamiento	478,4	626,49	734,65	256,25	108,16	53,56%	17,26%
Transporte nacional/internacional	259,42	480,63	424,95	165,53	-55,68	63,81%	-11,58%
Transporte en destino	62,2	90,24	89,39	27,19	-0,85	43,71%	-0,94%
Alimentación (compras y restauración)	178,45	243	257,75	79,3	14,75	44,44%	6,07%
Recreación, cultura y deporte	28,76	39,11	38,11	9,35	-1,00	32,51%	-2,56%
Compras	41,9	45,55	56,96	15,06	11,41	35,94%	25,05%
Otros	10,61	9,76	6,34	-4,27	-3,42	-40,25%	-35,04%
Total	1.059,74	1.534,78	1.608,30	548,56	73,52	51,76%	4,79%



5. Gasto turístico.

Gasto medio y diario por turista según edad (€)

Gasto por turista	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. (%) 19-24	Var. (%) 23-24
Total grupo de edades	1059,74	1534,78	1608,30	51,76%	4,79%
De 16 a 44 años	857,15	1231,38	1266,80	47,79%	2,88%
Mayor de 44 años	1186,63	1740,29	1843,72	55,37%	5,94%



El gasto medio de los turistas aumenta por grupos de edad con un **51,76%** de promedio, siendo los más jóvenes los que más gastan diariamente con respecto a 2019.

Gasto por turista y día	T1 2019	T1 2023	T1 2024	Var. (%) 19-24	Var. (%) 23-24
Total grupo de edades	126,76	172,83	164,84	30,04%	-4,62%
De 16 a 44 años	120,10	167,63	162,04	34,92%	-3,33%
Mayor de 44 años	130,94	176,34	166,78	27,37%	-5,42%

