



LA POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CAÑARIA ANTE EL FENÓMENO DEL TURISMO

Periodo del 26 de febrero
al 11 de marzo de 2024



FICHA TÉCNICA	3
1. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ENTRE LA POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	5
1.1. OCUPACIÓN LABORAL EN EL SECTOR TURÍSTICO	6
2. PERCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA EN LA ACTUALIDAD	8
2.1. VALORACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE LA CAPITAL	9
2.2. COMPARATIVA RETROSPECTIVA	10
2.3. POSIBLES EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS LA CIUDAD	11
2.4. PERCEPCIÓN DE OTROS EFECTOS Y CARACTERÍSTICAS	13
3. ¿EXISTE RECHAZO AL TURISMO?	15
3.1. EVALUACIÓN DE LA CANTIDAD DE TURISTAS QUE RECIBE LA CIUDAD	16
3.2. LA INFLUENCIA DE LA PRESENCIA DE TURISTAS	17
3.3. EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DESDE LA VISIÓN DEL ANFITRIÓN	18
3.4. ¿EXISTE TURISMOFOBIA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA?	19

4. LA OPINIÓN PÚBLICA ANTE EL ALQUILER VACACIONAL	22
4.1. PERCEPCIÓN DE BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL ALQUILER VACACIONAL	25
4.2. LOS COSTES ECONÓMICOS DEL ALQUILER VACACIONAL	26
4.3. LOS BENEFICIOS SOCIALES DEL ALQUILER VACACIONAL	28
4.4. LOS COSTES SOCIALES DEL ALQUILER VACACIONAL	29
4.5. SÍNTESIS COSTES - BENEFICIOS DEL ALQUILER VACACIONAL	30
4.6. PERCEPCIÓN DE LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD	32
5. LAS INSTITUCIONES Y EL TURISMO	33
5.1. VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL AYUNTAMIENTO	35

Ficha técnica

Este estudio por encuesta sobre la percepción de la población de Las Palmas de Gran Canaria ante el turismo tiene su origen en una anterior oleada en febrero de 2019.

Con esta nueva toma de datos en 2024 se posibilita un análisis longitudinal o evolutivo de la opinión pública ante el turismo en general y el alquiler vacacional en particular.

Este análisis temporal enriquece los datos obtenidos, lo que ayudara a desvelar las nuevas claves con las que se perciben las repercusiones económicas y sociales de la actividad turística entre la población de la ciudad.

El trabajo de campo de esta nueva oleada se desarrolló entre **el 26 de febrero y el 11 de marzo de 2024.**

	n	%	error
D1 Vegueta-Cono Sur	209	17,4	6,9
D2 Centro	249	20,7	6,3
D3 Puerto-Isleta	227	18,9	6,6
D4 Ciudad Alta	343	28,6	5,4
D5 Tamaraceite-San Lorenzo	173	14,4	7,6
Total	1201	100,0	2,9

Número y tipo de entrevista

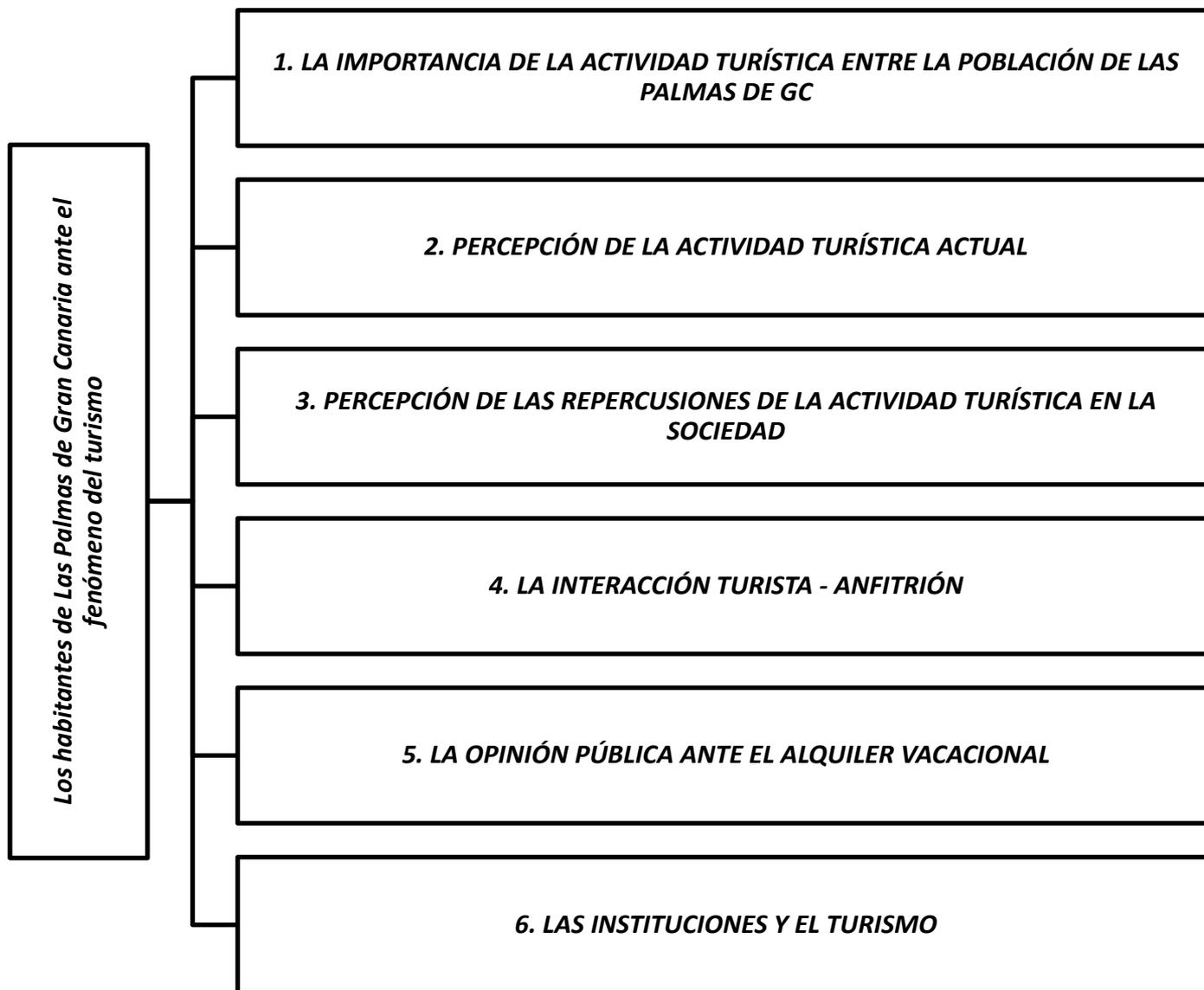
Se ha obtenido una muestra de 1.201 respuestas, por medio de entrevistas telefónicas, tanto a teléfonos móviles como a fijos.

Margen de error

El error de muestreo máximo para datos generales obtenidos con la muestra de 1.201 elementos a nivel del municipio es de $\pm 2,9\%$. El error por cada distrito gira en torno al $\pm 6,5\%$

Equipo de investigación

El diseño del cuestionario, trabajo de campo y elaboración del informe es responsabilidad de Técnicos en Socioanálisis, S.L., bajo la dirección de Juan del Río Alonso.



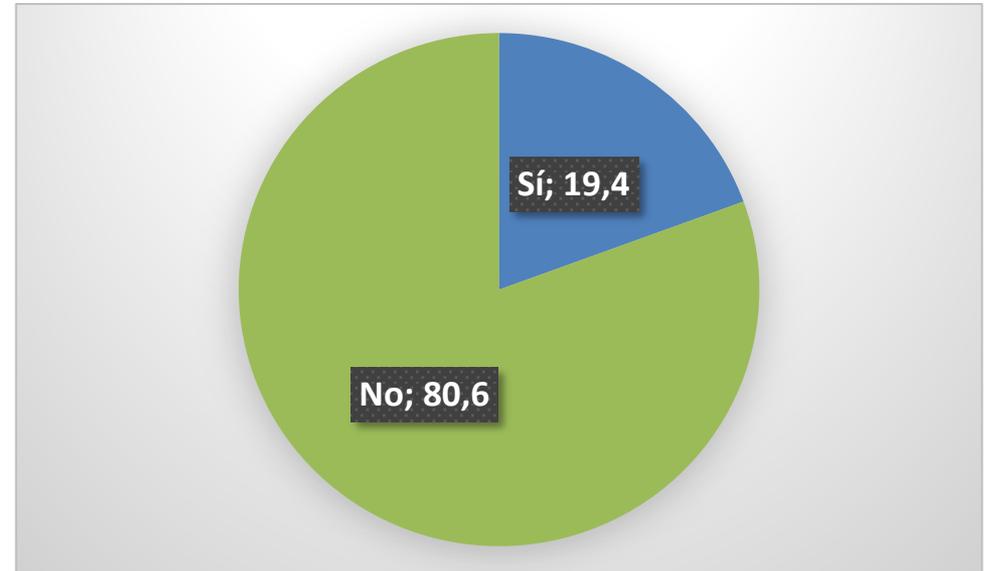
1.

IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ENTRE LA POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

¿Trabaja usted en algo relacionado con el Turismo? (Base: Población activa, ocupada o en paro)

Según los datos de la encuesta, cerca de 2 de cada 10 personas activas (que trabajan o están en situación de desempleo) trabajan o trabajaron recientemente en el sector turístico de forma directa (empresas de hostelería, alojamiento, restauración, transporte especializado). De incluirse los trabajos en el sector comercial, este porcentaje se incrementaría a más del 30%.

Estos resultados son prácticamente idénticos a los obtenidos en la anterior encuesta de febrero de 2019.



	feb 2019	mar 2024	dif
Sí	18,4	19,4	1,0
No	81,6	80,6	-1,0

DEPENDENCIA FAMILIAR DEL TURISMO

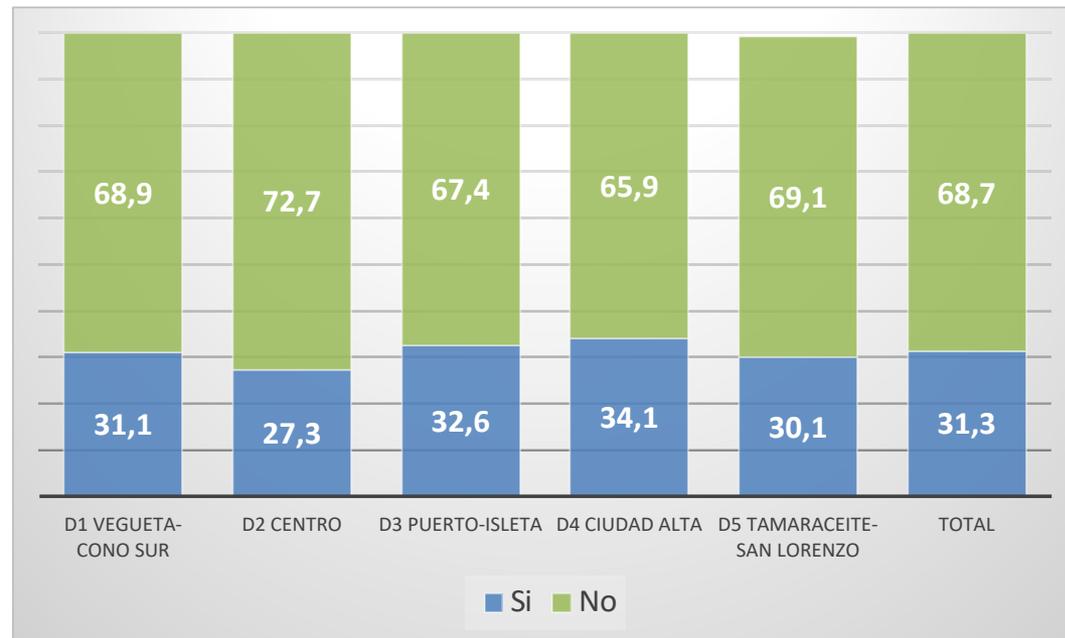
Por otro lado, también se ha preguntado si algún familiar del hogar trabaja en algo relacionado con el turismo, resultando un 23,5% de familias en donde algún miembro trabaja en el sector.

Conjugando las dos variables, -trabajo personal directo en el sector y/o trabajo de algún familiar-, se obtiene un indicador de dependencia familiar del turismo, el cual resulta un 31,3% (era del 31,5% en el año 2019, igual).

Es decir, prácticamente **un tercio de los hogares de Las Palmas de GC** tiene algún miembro ocupado en un trabajo relacionado directamente con el turismo.

Esta dependencia de la actividad turística de las familias de Las Palmas de Gran Canaria es muy similar en todo el territorio municipal, alrededor del 30% en todos los distritos.

Trabaja personalmente o algún familiar



SEGÚN DISTRITO

2.

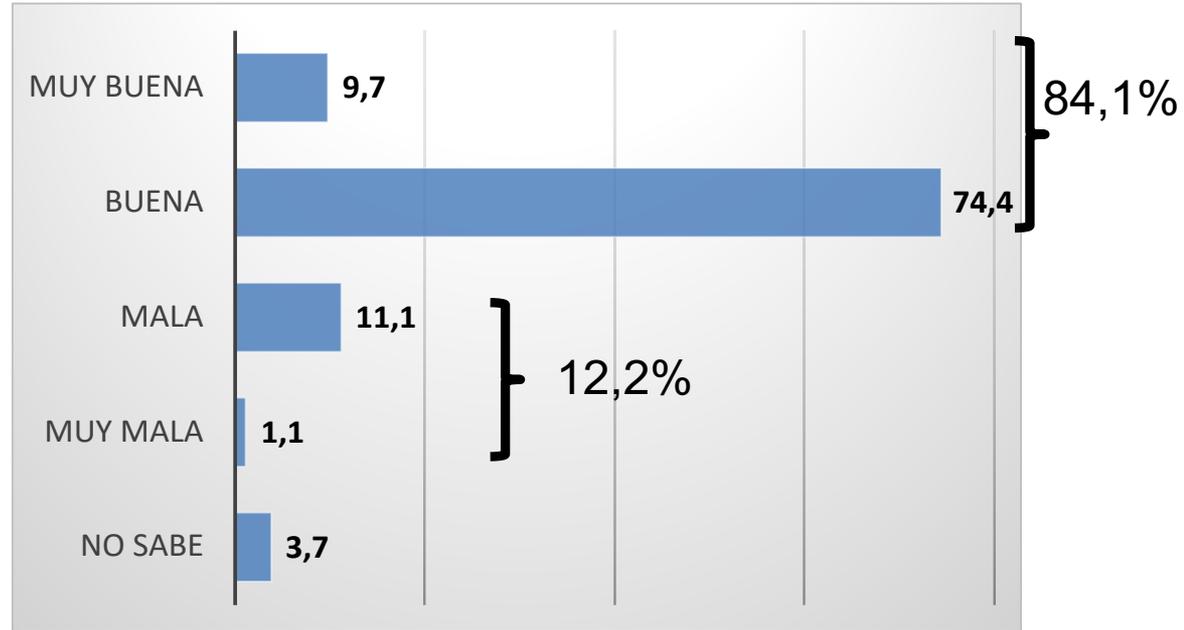
PERCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA EN LA ACTUALIDAD

2.1. VALORACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE LA CAPITAL

P3. En su opinión ¿la situación en que se encuentran las zonas turísticas de la capital actualmente es muy buena, buena, mala o muy mala?

La primera impresión que tiene la población sobre la situación genérica del sector turístico en Las Palmas de Gran Canaria nos ofrece una imagen muy positiva de forma mayoritaria, donde más del 84,1% afirman que la situación de las zonas turísticas de la capital es muy buena o buena.

Solo un minoritario 12,2% considera que la situación actual de las zonas turísticas urbanas (Canteras, Alcaravaneras, Vegueta-Triana) es mala o muy mala.



	feb 2019	mar 2024	dif
Muy buena / buena	79,0	84,1	5,1
Mala / muy mala	18,9	12,2	-6,7

En comparación a la anterior encuesta, la percepción en genérico de las zonas turísticas ha mejorado ligeramente.

2.2. COMPARATIVA RETROSPECTIVA

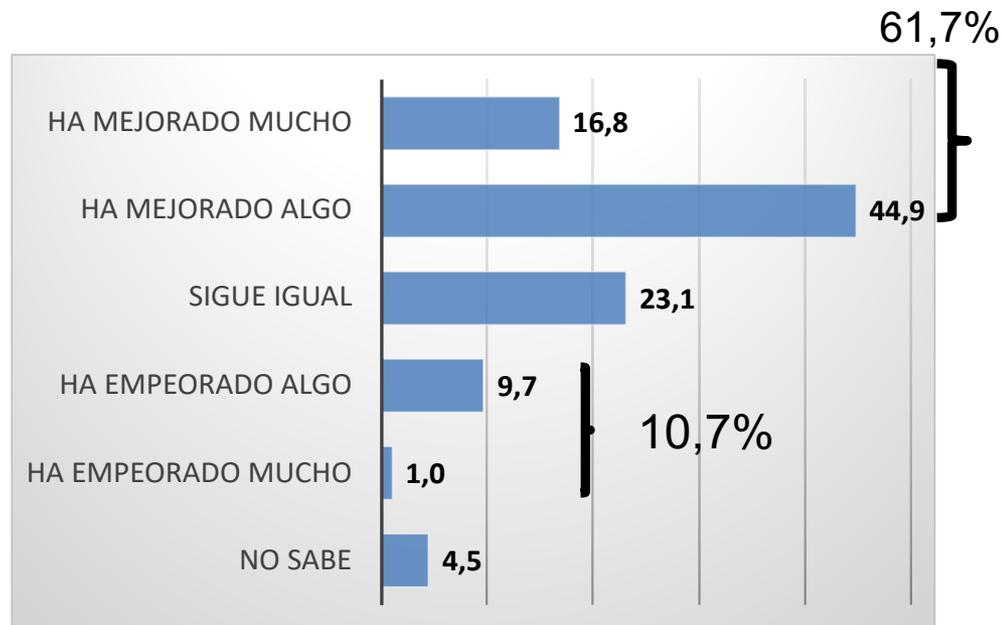
Comparación respecto a la situación de hace 5 años

P4. Y en relación con la situación de hace cinco años ¿cree Ud. que la situación de las zonas turísticas de Las Palmas de Gran Canaria ha mejorado mucho, ha mejorado algo...?

Cuando se hace una comparación retrospectiva, la opinión pública percibe de forma mayoritaria, con un 61,7%, que la situación de las zonas turísticas ha mejorado sensiblemente en estos últimos 5 años.

Sólo un 10,7% percibe un empeoramiento, mientras que el 23,1% restante mantiene que la situación sigue igual.

En comparación a 2019 se observa que la respuesta negativa, es decir, que la situación ha empeorado es prácticamente igual. Las únicas variaciones se detectan en la respuesta “ha mejorado”, que disminuye alrededor de 10 puntos, pero a favor de un aumento de la respuesta “sigue igual”.



	feb 2019	mar 2024	dif
Ha mejorado	72,2	61,7	-10,5
Sigue igual	11,7	23,1	11,4
Ha empeorado	10,6	10,7	0,1

2.3. POSIBLES EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS EN LA CIUDAD

P6. Según su opinión, qué efecto puede tener el turismo (EFECTO POSITIVO O NEGATIVO) en los siguientes aspectos, ¿cree que el efecto puede ser positivo o negativo para la...?

porcentajes	Positivo	Negativo	Ni positivo ni negativo	No sabe
Creación de nuevos puestos de trabajo	92,8	3,8	2,7	0,7
Generación de más riqueza y crecimiento económico	91,2	2,9	3,8	2,1
Actividades culturales y de ocio	79,1	9,3	7,6	4,0
Mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano)	67,7	14,8	13,7	3,8
Servicios públicos (transportes, sanidad)	63,4	15,9	16,5	4,2
Calidad de vida en el municipio (tranquilidad, convivencia)	62,3	16,7	19,5	1,5
Seguridad ciudadana	58,2	21,9	18,7	1,2
Conservación del Medio Ambiente	37,8	25,6	30,1	6,5
Disponibilidad de viviendas asequibles	26,2	55,4	11,6	6,8
Coste de la vida	18,2	61,9	17,5	2,4

El primer dato a destacar es que en la mayoría de los ítems o aspectos propuestos presentan una percepción de influencia positiva del turismo superior al 55% de los casos, destacando el efecto positivo en la generación de puestos de trabajo, en el crecimiento económico y en la mejora en las actividades culturales y de ocio.

El ranking resultante es muy similar al obtenido en la anterior encuesta de 2019, la única diferencia relevante es que en esta nueva oleada se han incrementado en general la respuesta “ni positivo ni negativo”, respuesta más relativista u “objetiva”, no tan polarizada.

Los efectos francamente negativos de la actividad turística se concentran en el ámbito del acceso a una vivienda y en el incremento del coste de la vida.

2.3. POSIBLES EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS EN LA CIUDAD

Creación de nuevos
puestos de trabajo

Disponibilidad de
viviendas asequibles

Mejora de las
actividades culturales y
de ocio

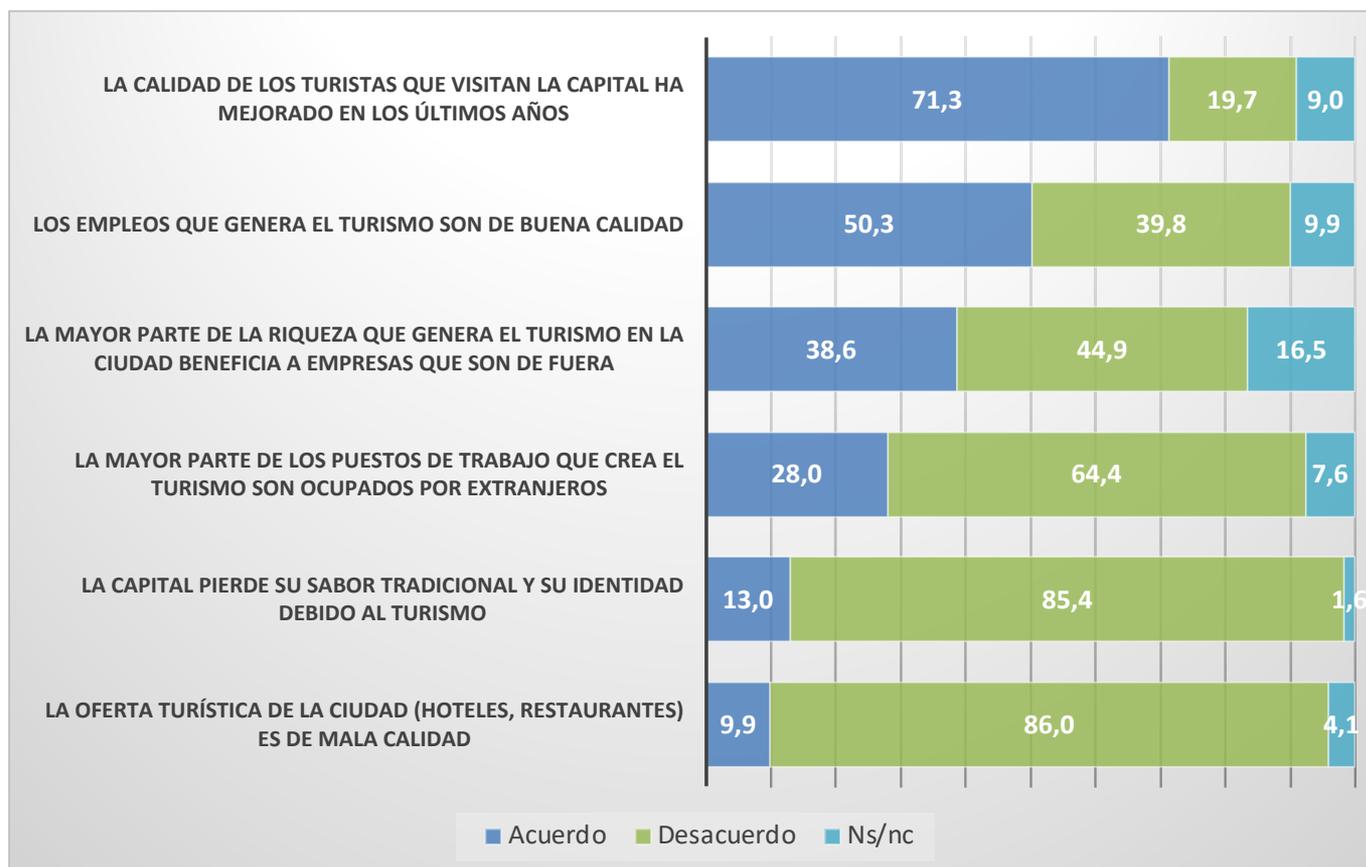
Generación de más
riqueza y crecimiento
económico

Coste de vida

2.4. PERCEPCIÓN DE OTROS EFECTOS Y CARACTERÍSTICAS

Marco general

P14. Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes frases en relación con el efecto que causa el turismo en la ciudad, ¿está Ud. de acuerdo o en desacuerdo con que...



2.4. PERCEPCIÓN DE OTROS EFECTOS Y CARACTERÍSTICAS

Aunque la población percibe los efectos positivos del turismo en la vida de los canarios en general, también es perfectamente consciente del otro lado de la moneda: genera riqueza pero gran parte de los beneficios no repercuten directamente en el destino, una parte importante de los beneficios se dirigen a empresas externas que operan en nuestro territorio (opinión compartida por el 38,6%). No obstante, son mayoría los que niegan tal presunción.

Asimismo, una elevada proporción de los residentes en Las Palmas de Gran Canaria, alrededor del 40%, cree que el sector turístico genera puestos de trabajo de mala calidad (aunque son mayoría la opinión contraria, que el turismo genera puesto de trabajo de calidad, en el 50,3% de los casos). Además, existe, aunque en menor medida, la sensación de que gran parte de estos puestos son ocupados por extranjeros, percepción compartida por un tercio de la población, 28%.

Por otro lado, una minoritaria proporción, un 13%, considera que el turismo repercute en alguna medida en una cierta pérdida de identidad.

No obstante, se tiene la impresión de que el cliente turista ha ido ganando calidad paulatinamente, así opina hasta un 71,3% de los entrevistados.

Por último, observamos cómo un 9,9% de la población consultada (una décima parte) critica la oferta turística actual de Las Palmas de Gran Canaria.

3.

¿EXISTE RECHAZO AL TURISMO?

3.1. EVALUACIÓN DE LA CANTIDAD DE TURISTAS QUE RECIBE LA CIUDAD

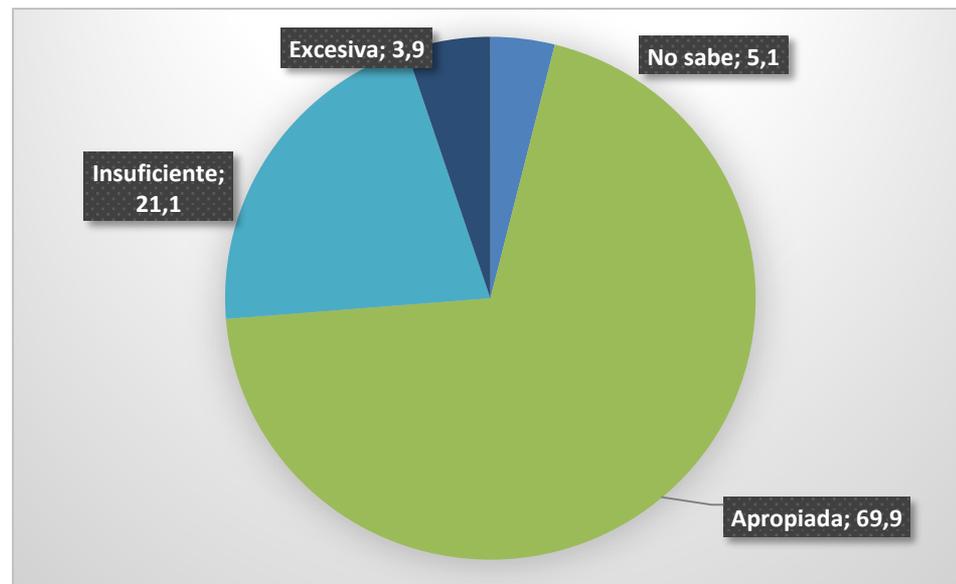
La mayoría de la población considera que el número de turistas que visita la ciudad es el apropiado. Así opina hasta el 69,9% de las personas entrevistadas, opinión que se ha acrecentado respecto a la oleada de 2019 (era del 66,4%).

El 30 % restante se distribuyen entre partidarios de más turistas (son insuficientes, un 21,2%) y partidarios de restricciones, respuesta *excesiva*, solamente un 3,9%.

Por tanto, los datos reflejan una opinión general de estabilización de la “capacidad de carga”. De manera que es mayoría quienes opinan que los volúmenes actuales de turistas que recibe la ciudad son adecuados, además de detectar hasta un 21,2% que sería partidario incluso de aumentar el actual número de turistas.

Destacar la disminución del porcentaje de “críticos” respecto a la capacidad de carga de la ciudad, pasando del 14,6% en 2019 a solo el 3,9% en 2024, y a la inversa, crecimiento de las posturas “desarrollistas”, del 16,4% al 21,1%.

P5. ¿En su opinión, la cantidad de turistas que recibe la Ciudad es excesiva, es la apropiada o es insuficiente?



	feb 2019	mar 2024	dif
Excesiva	14,6	3,9	-10,7
Apropiable	66,4	69,9	3,5
Insuficiente	16,4	21,1	4,7
No sabe	2,7	5,1	2,4

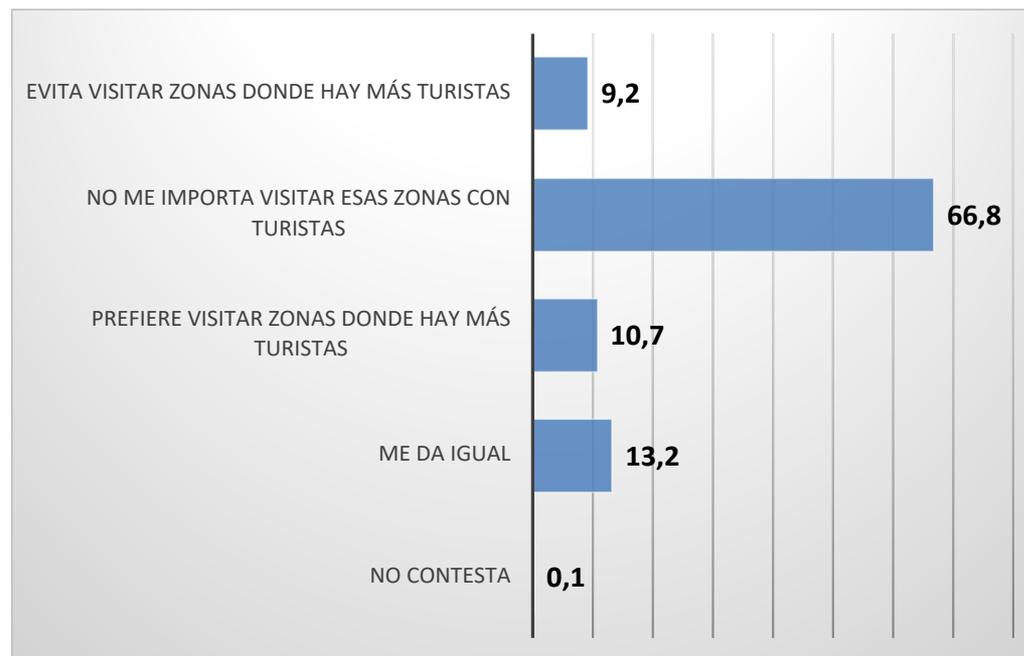
3.2. LA INFLUENCIA DE LA PRESENCIA DE TURISTAS

P13. Cuando usted sale por la ciudad, ¿en qué medida influye la presencia de turistas para elegir los lugares a los que ir?

Ante la pregunta en qué medida influye la presencia de turistas extranjeros para elegir los lugares a los que ir, sólo un minoritario 9,2% declara que evita visitar zonas donde hay turistas.

A la inmensa mayoría de los ciudadanos de la capital, hasta un 66,8%, no les importa la presencia de turistas, es más, hay un 10,7% que prefieren visitar zonas donde haya actividad turística.

Si identificamos estos porcentajes como un indicador de cierto rechazo al turismo, este parámetro es francamente reducido, además se ha mantenido más o menos estable respecto a la encuesta de febrero de 2019, en torno al 10%.

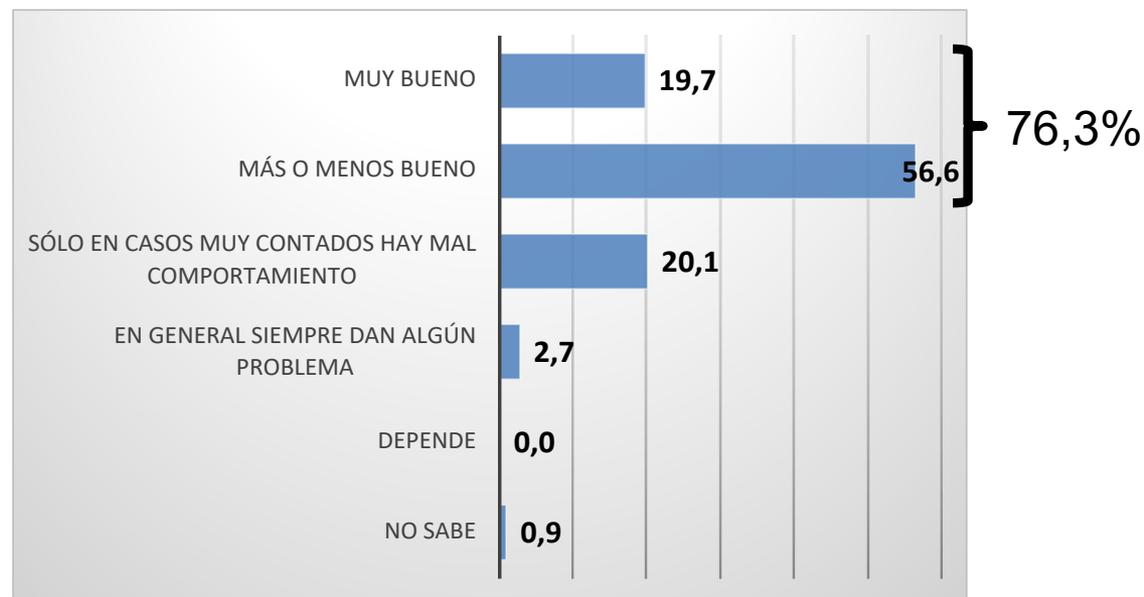


	feb 2019	mar 2024	dif
Evita visitar zonas donde hay más turistas	9,6	9,2	-0,4
No me importa visitar esas zonas con turistas	78,3	66,8	-11,5
Prefiere visitar zonas donde hay más turistas	6,3	10,7	4,4
Me da igual	5,5	13,2	7,7
No contesta	0,3	0,1	-0,2

3.3. EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DESDE LA VISIÓN DEL ANFITRIÓN

P12. ¿Y cómo piensa que es, en general, el comportamiento del turista que viene a Las Palmas de Gran Canaria?

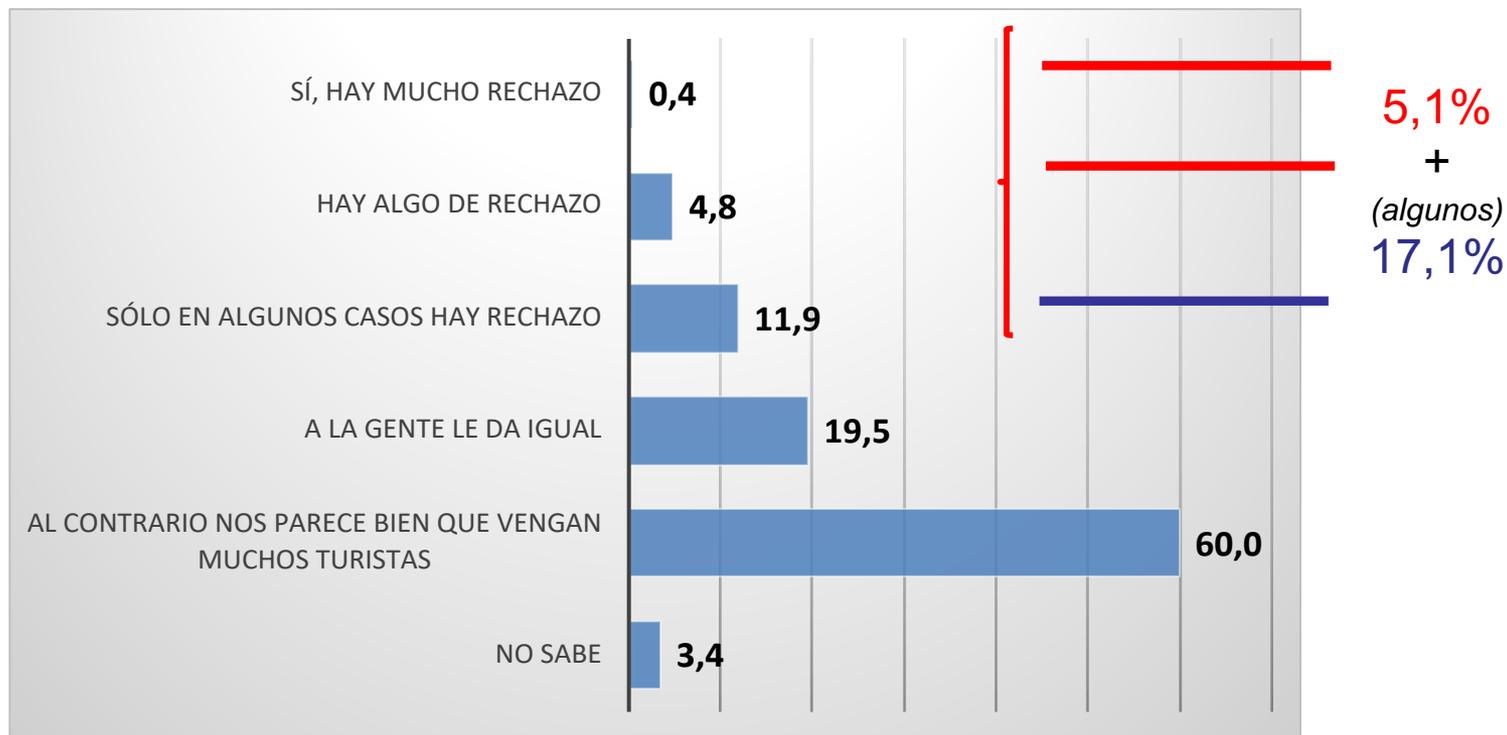
Hasta un 76,3% de las personas encuestadas afirma que el comportamiento general de los turistas en la ciudad es muy bueno o bueno. Asimismo, hasta un 20,1% responde que el comportamiento del turista es malo solo en casos muy contados o minoritarios. **Las percepciones negativas, esto es, que “en general los turistas siempre dan problemas” se reduce a un minoritario 2,7%, que además se ha ido reduciendo desde la anterior oleada (era del 4,7%).**



	feb 2019	mar 2024	dif
Bueno	63,1	76,3	13,2
Solo en casos contados	30,6	20,1	-10,5
Siempre problemas	4,7	2,7	-2,0

3.4. ¿EXISTE TURISMOFOBIA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA?

P11. Últimamente se ha venido hablando mucho en algunos destinos turísticos del rechazo hacia los turistas, lo que han llamado LA TURISMOFOBIA, Por su experiencia, cree usted que en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria hay un rechazo a los turistas que vienen, piensa que...?



	feb 2019	mar 2024	dif
Sí, hay mucho rechazo	3,0	0,4	-2,6
Hay algo de rechazo	9,3	4,8	-4,5
Sólo en algunos casos hay rechazo	27,7	11,9	-15,8
A la gente le da igual	6,1	19,5	13,4
Al contrario nos parece bien que vengan muchos turistas	53,1	60,0	6,9
No sabe	1,0	3,4	2,4

3.4. ¿EXISTE TURISMOFOBIA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA?

Con los datos obtenidos, **puede afirmarse que el fenómeno de la turismofobia no aparece extendido entre la sociedad de Las Palmas de Gran Canaria**

Se han observado datos muy positivos en diferentes variables sobre la visión del turista extranjero por los ciudadanos de Las Palmas de Gran Canaria, respecto a sus diferentes aportes – económicos, de trabajo, etc.- a lo que se une lo que algunos expertos han analizado como el orgullo de especial reconocimiento con el que los habitantes de las islas han venido históricamente percibiendo al turista como alguien que, al venir a Canarias, dispensa un homenaje a esta tierra, su clima, su paisaje y sus habitantes.

Resultan concluyentes las respuestas a la pregunta que se hacía en la encuesta de... “Últimamente se ha venido hablando mucho en algunos destinos turísticos del rechazo hacia los turistas, lo que han llamado la turismofobia. Por su experiencia, ¿cree usted que en Canarias hay un rechazo a los turistas que vienen a la isla?

En primer lugar, se observa un mayoritario 60,0% de los entrevistados que opina que “al contrario de sentir rechazo hacia el turista nos parece bien que vengan muchos turistas” a Las Palmas de Gran Canaria (más de la mitad de la población). En la anterior oleada de 2019 este porcentaje era del 53%, es decir, se ha incrementado en 6,9 puntos. Además, otro 19,5% responden que en realidad a la “gente le da igual” (era del 6,1% en la oleada de 2019, 13 puntos menos).

Por otro lado, el 11,9% de las personas consultadas opinan que “solo en algunos casos hay rechazo”. Este nivel de rechazo al turismo en algunos casos era del 27,7% en el año 2019, más del doble de los resultados actuales (ha descendido en 15,8 puntos). Se debe recordar que durante el año 2019 proliferaron entre los medios de comunicación numerosas noticias negativas de turistas descontrolados en otros destinos.

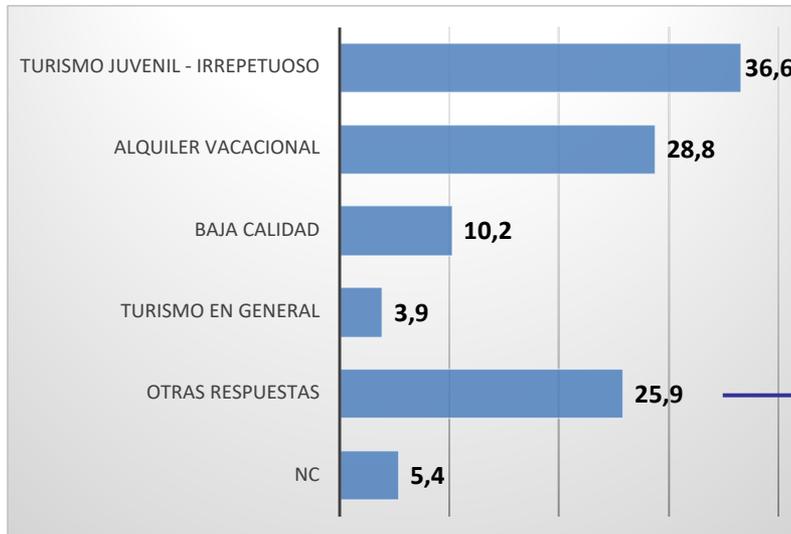
Un insignificante 0,4% de los encuestados perciben que existe un rechazo frontal al turista, respuesta “sí, que hay mucho rechazo”, más otro 4,8% de respuesta “hay algo de rechazo”. Por tanto, la percepción de la existencia de un rechazo generalizado al turista solo alcanza el 5,2% entre las personas entrevistadas. Dato realmente bajo y en principio irrelevante. Los datos de rechazo real a la actividad turística han descendido a la mitad, del 12,3% en el año 2019 al 5,2%.

Por tanto, en términos globales el porcentaje de las personas que expresan o que perciben cierto rechazo al turismo sumaría el 17,1%, muy por debajo a lo registrado en la encuesta de 2019, cuando englobaba el 40% de las respuestas.

Por tanto, podemos concluir que EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA NO PARECE JUSTIFICADO EL QUE SE PUEDA HABLAR DE TURISMOFOBIA, todo lo contrario.

3.4. ¿EXISTE TURISMOFOBIA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA?

Rechazo específico



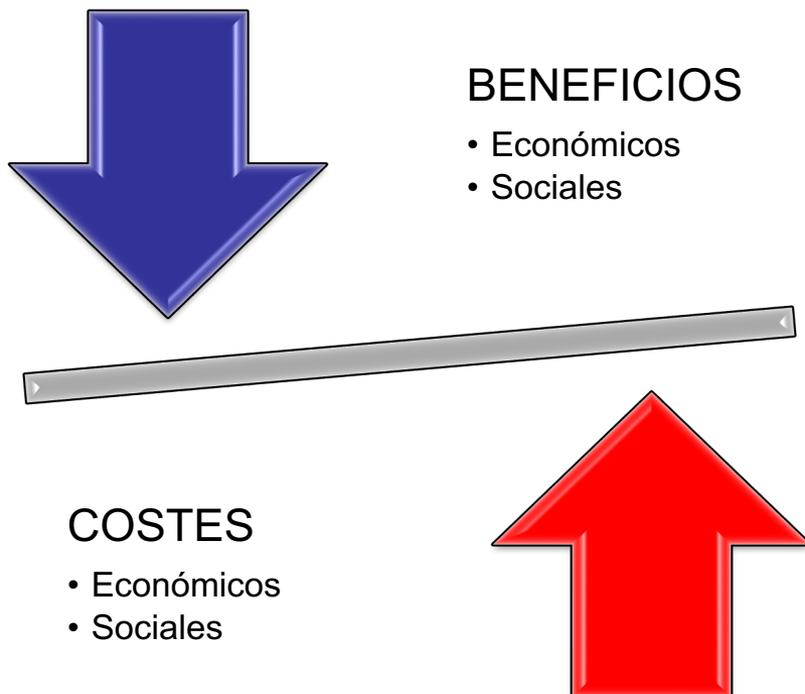
Base: perciben rechazo, 17,1% del total)

Literales otras respuestas

A CRUCERISTAS DE PASO
ciertas zonas
DE HOTELES
DEPENDE
EN ALGÚN CASO ESPECÍFICO
EN CUALQUIER SITIO PUEDE PASAR
FALTA DE CULTURA POR PARTE DEL AUTOCTONO
fotos engañosas
graffitis
NACIONALIDAD
NO RESPETAN LAS INFRAESTRUTURAS
POR EL IDIOMA
POR NACIONALIDAD
POR SUBIDA DE PRECIOS
publicaciones falsas
SIEMPRE HAY ALGUIEN QUE SE QUEJA
SIEMPRE HAY PROBLEMAS
SOBRE TODO LOS DE NACIONALIDAD ITALIANA
Turismo inglés
Zonas que acampan sin permiso

4.

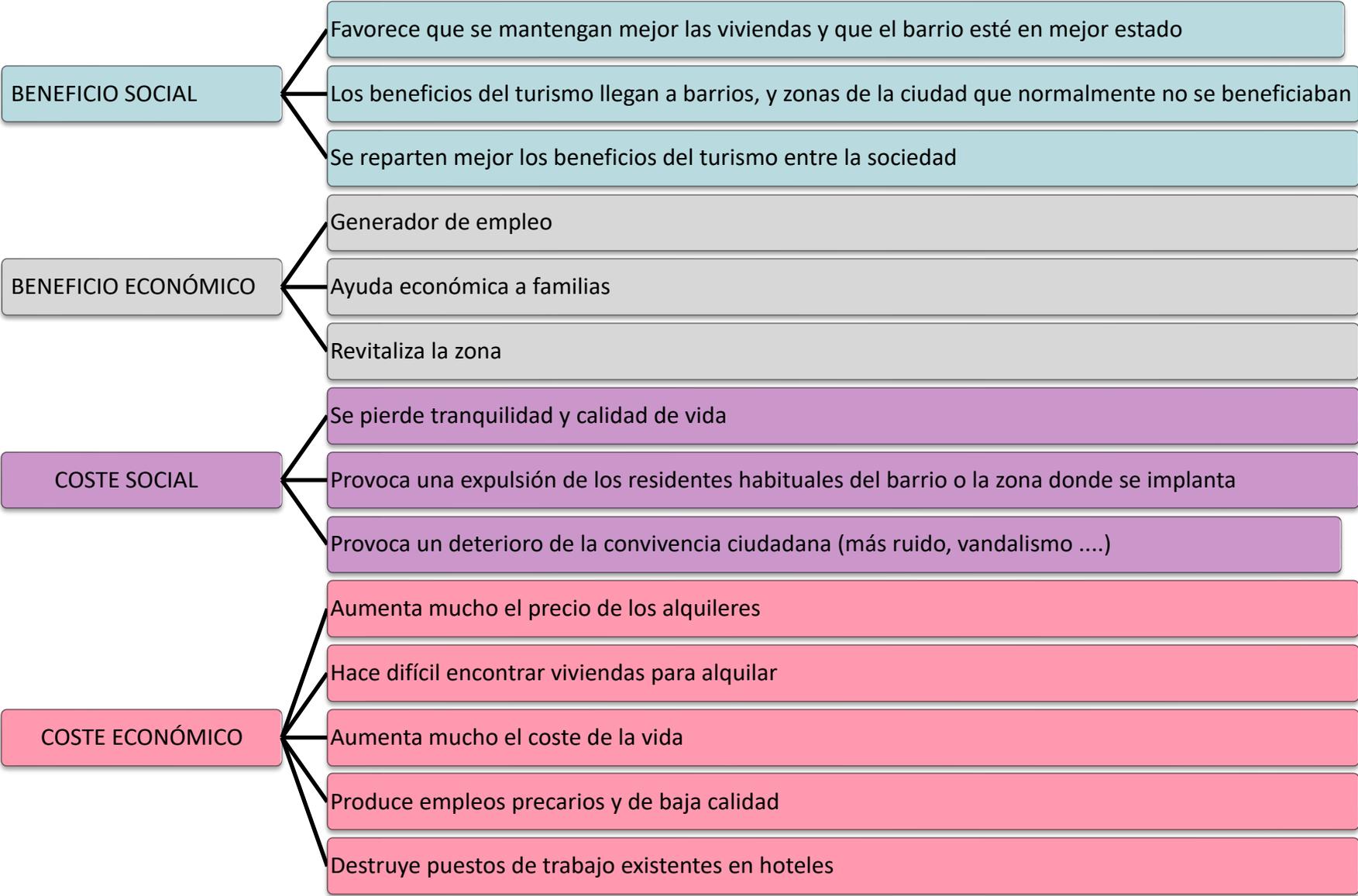
LA OPINIÓN PÚBLICA ANTE EL ALQUILER VACACIONAL



En general, en todas las dimensiones propuestas de análisis se refleja una cierta **polarización de la opinión pública**.

Con todo, los costes se perciben en general superiores a los beneficios, pero sin ser distancias concluyentes.

IMPACTO DEL TURISMO DE ALQUILER VACACIONAL EN LA CIUDAD

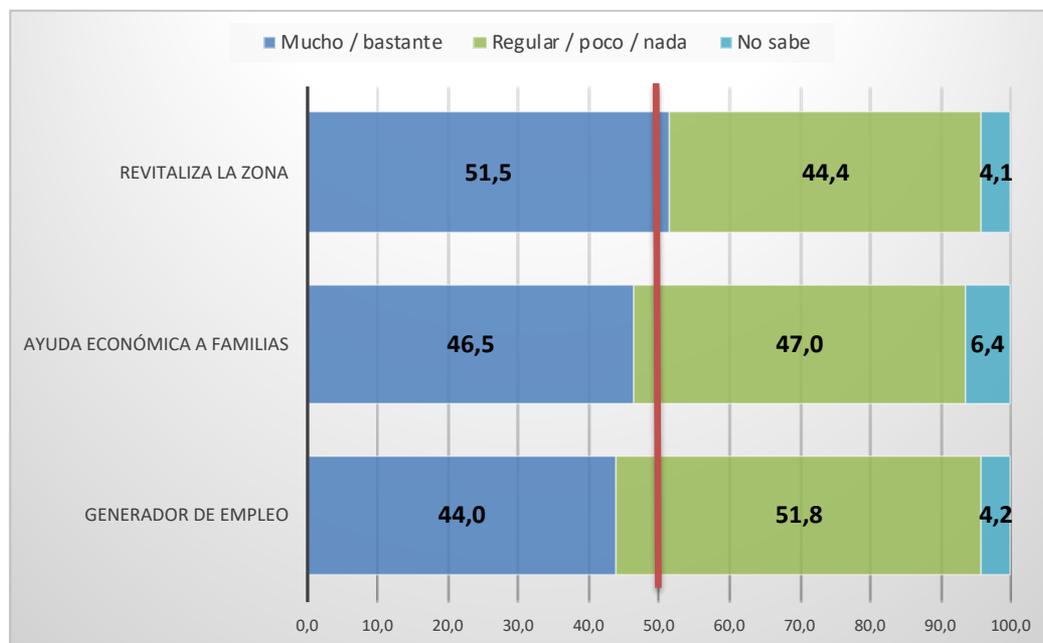


Síntesis

Como se observa en el gráfico siguiente, la opinión pública está totalmente polarizada respecto a posibles beneficios del alquiler vacacional, una división en dos bloques opuestos y porcentualmente muy cercanos.

Del conjunto de posibles beneficios sobresale tímidamente la “revitalización” y el que menos la “generación de empleos”.

Beneficios económicos



Marco general

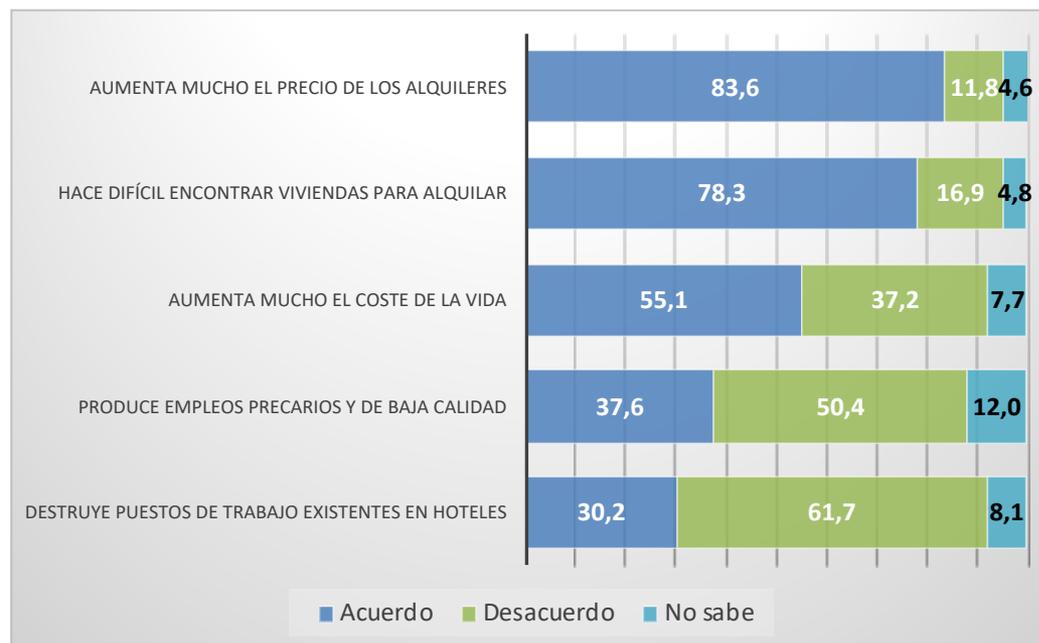
Este apartado trata de los costes económicos que, de alguna manera, se entiende que podría originar el fenómeno del alquiler vacacional.

Se ha sondeado, aparte del efecto negativo en el acceso a la vivienda, sobre posible influencia negativa en forma de empleos precarios y de baja calidad, en que el alquiler vacacional destruyera puestos de trabajo ya existentes en los hoteles establecidos o las repercusiones sobre un hipotético incremento en el coste de la vida en las zonas donde se implanta esta modalidad.

Un poco más de la mitad de la población encuestada considera que donde se han implantado las viviendas vacacionales ha significado un aumento del coste de la vida en general, el 55,1% está de acuerdo con tal afirmación, frente a otro 37,2% que está en desacuerdo.

Costes económicos

P18. Por otro lado, le voy a leer una serie de frases para que me diga si está más bien de acuerdo (en mayor medida) o más bien en desacuerdo



Marco general

En torno al 34%, un poco más de un tercio de las personas encuestadas, tienen la percepción que el alquiler vacacional repercute negativamente en el ámbito laboral, bien porque genera puestos de trabajo precarios y de baja calidad (37,6%), bien porque destruyen trabajos existentes en los hoteles (30,2%). Con todo, son mayoría (más del 50%), los que no perciben efectos negativos específicos en el ámbito laboral.

Donde hay más consenso es en los efectos negativos sobre la vivienda en alquiler, tanto en lo que respecta al acceso como al precio del alquiler.

Un 83,6% está de acuerdo con que el alquiler vacacional hace aumentar el precio del alquiler en las zonas donde se ubica. Más otro 78,3% que está de acuerdo que donde se ubica esta modalidad se hace difícil encontrar viviendas en alquiler

Costes económicos

	feb 2019	mar 2024	dif
Aumenta mucho el precio de los alquileres	83,3	83,6	0,3
Hace difícil encontrar viviendas para alquilar	78,4	78,3	-0,1
Aumenta mucho el coste de la vida	58,6	55,1	-3,5
Produce empleos precarios y de baja calidad	61,5	37,6	-23,9
Destruye puestos de trabajo existentes en hoteles	46,7	30,2	-16,5

En comparación a la oleada de 2019 la opinión pública ha mejorado sensiblemente la percepción sobre los posibles efectos negativos en el mercado laboral (reducción de más de 15 puntos en la respuesta “acuerdo”) y de forma menos intensa en la afirmación sobre el aumento del coste de la vida.

Asimismo, se ha mantenido completamente estable, resultados prácticamente iguales, la percepción de los efectos negativos del alquiler vacacional sobre el mercado de la vivienda de alquiler, con una adscripción de 80% y más.

Marco general

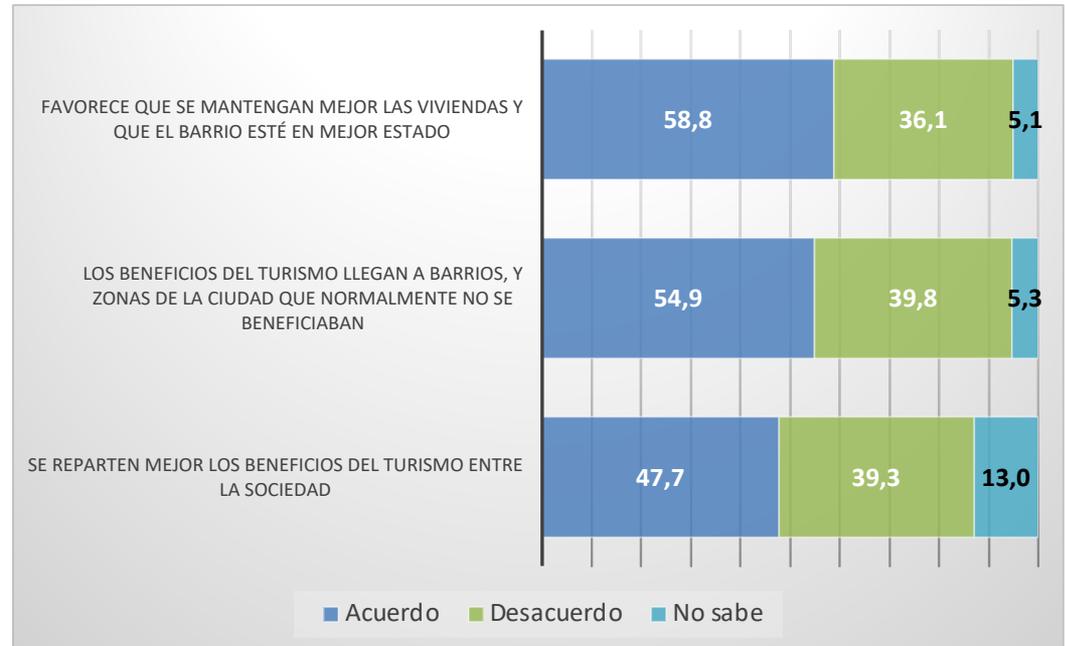
Beneficios sociales

En las tres dimensiones o posibles beneficios sociales, el panorama es de **total polarización de las opiniones**, aunque las respuestas de acuerdo son ligeramente superiores.

El ítem que recibe mayores apoyos es el de los supuestos efectos sobre la rehabilitación o mejora del parque de viviendas y del barrio en general.

Respecto a los datos de 2019 se ha incrementado alrededor de 10 puntos las respuestas positivas, es decir, la percepción de los beneficios sociales, sobre todo en el ámbito del mantenimiento de las viviendas y el barrio.

P19. Le voy a leer una serie de frases para que me diga si está más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo



	feb 2019	mar 2024	dif
Favorece que se mantengan mejor las viviendas y que el barrio esté en mejor estado	48,7	58,8	10,1
Los beneficios del turismo llegan a barrios, y zonas de la ciudad que normalmente no se beneficiaban	52,3	54,9	2,6
Se reparten mejor los beneficios del turismo entre la sociedad	41,9	47,7	5,8

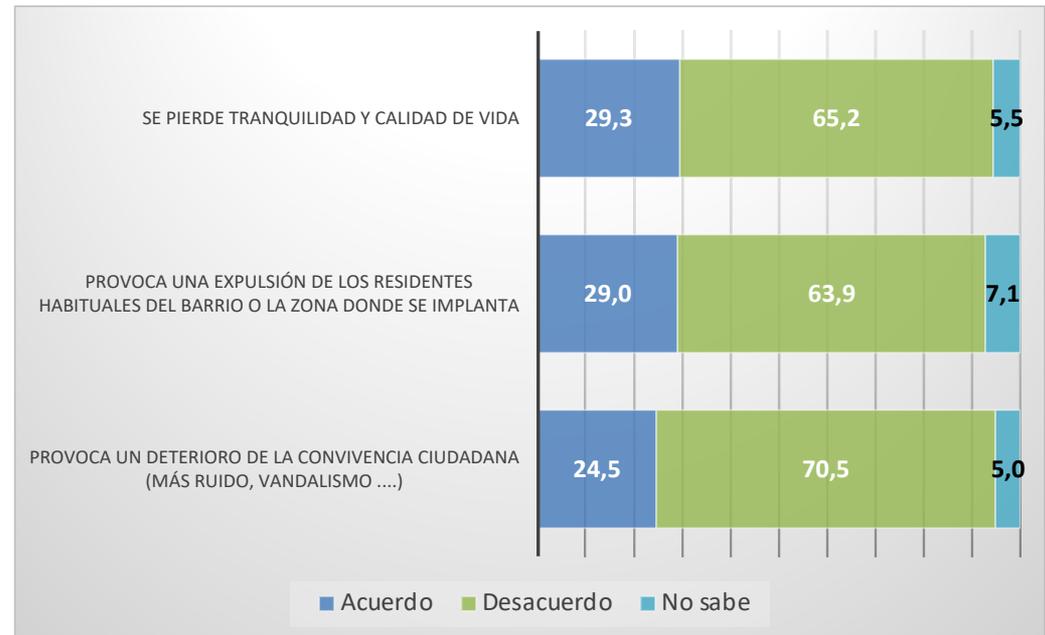
Marco general

En general, un tercio de la población encuestada perciben costes sociales generados por la actividad del alquiler vacacional (alrededor del 30%), pero la mayoría, más de 60%, manifiestan lo contrario, es decir, son mayoría los que no están de acuerdo con las afirmaciones en negativo que se les han expuesto. Asimismo, alrededor de 6% no se manifiestan o no han querido contestar.

Los efectos o costes sociales que más consideración recibe por parte de las personas entrevistadas, en 1 de cada 3 casos, son la pérdida de tranquilidad y la expulsión de residentes habituales.

Costes sociales

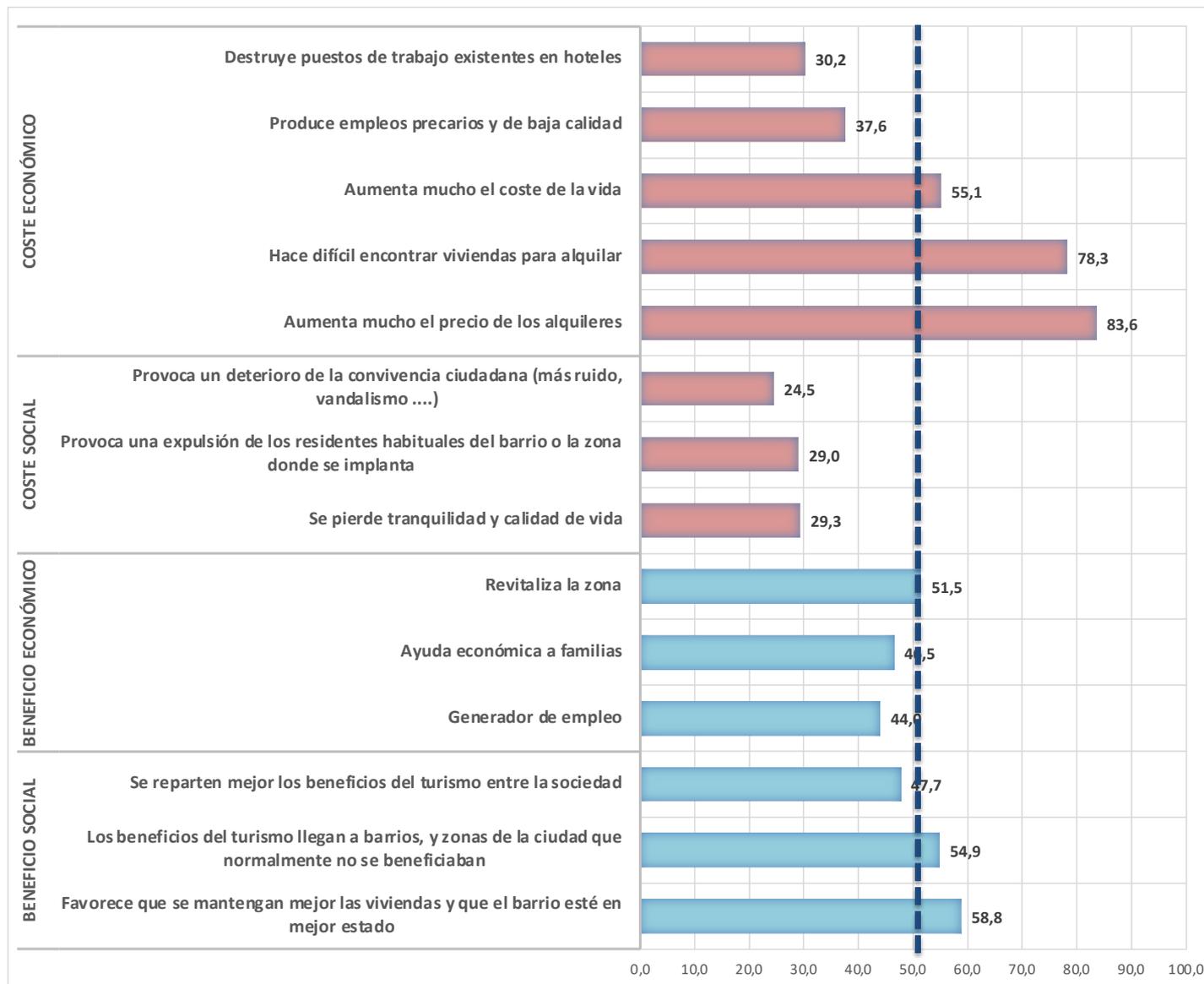
P20. Le voy a leer una serie de frases para que me diga si está más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo



4.5. SÍNTESIS COSTES - BENEFICIOS DEL ALQUILER VACACIONAL

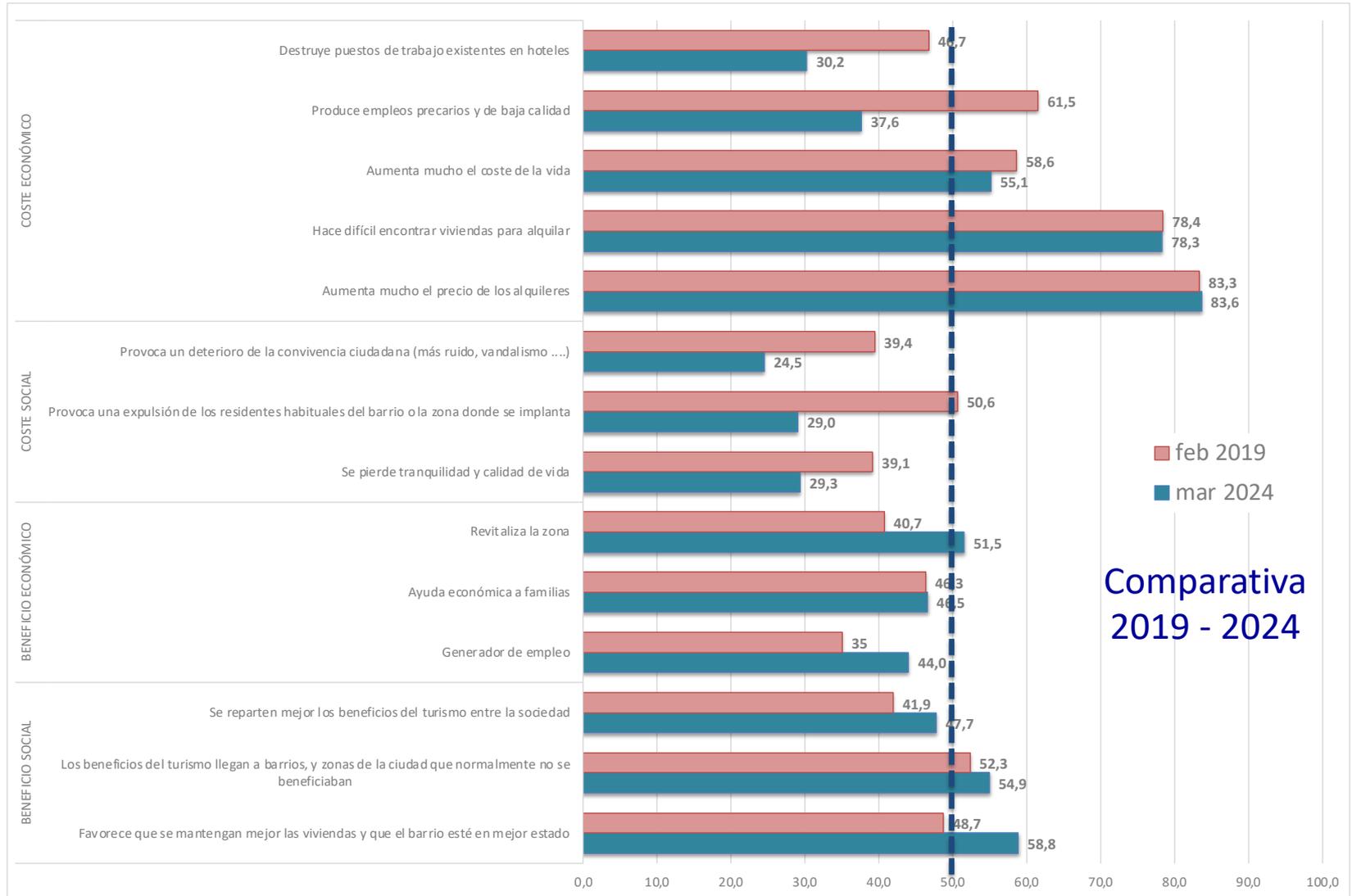
% acuerdo

Marzo 2024



4.5. SÍNTESIS COSTES - BENEFICIOS DEL ALQUILER VACACIONAL

% acuerdo



Comparativa
2019 - 2024

4.6. PERCEPCIÓN DE LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La respuesta mayoritaria es que se debe mejorar la regulación del alquiler vacacional, así lo expresa hasta el 36,4%.

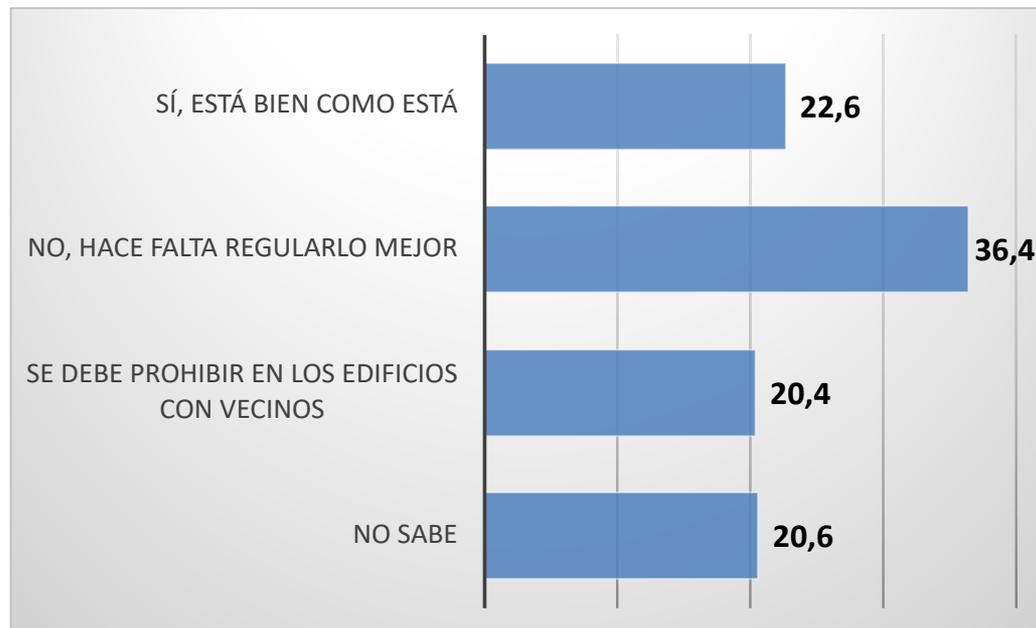
Por otro lado, otro 40% aproximado de las personas encuestadas se distribuyen entre los que creen que la regulación actual es correcta, un 22,6%, y los que opinan que esta actividad se debería prohibir en los edificios con vecinos (20,4%).

Por último, un nada despreciable 20,6% en realidad no tiene una opinión formada al respecto.

La respuesta de demanda de regulación ha decrecido respecto al año 2019 (del 61,6% se reduce al 36,4%). No obstante, estas pérdidas se contraponen a un aumento también significativo de la respuesta “no sabe” (del 7,4% se incrementa al 20,6%).

El resto de respuestas, o bien dejarlo como está o prohibir la actividad en edificios vecinales, también han ido ganando presencia, aunque sus incrementos no son tan intensos.

P21. ¿Piensa que el alquiler vacacional está bien o mal regulado en la ciudad?



	feb 2019	mar 2024	dif
Sí, está bien como está	15,2	22,6	7,4
No, hace falta regularlo mejor	61,6	36,4	-25,2
Se debe prohibir en los edificios con vecinos	15,8	20,4	4,6
No sabe	7,4	20,6	13,2

5.

LAS INSTITUCIONES Y EL TURISMO

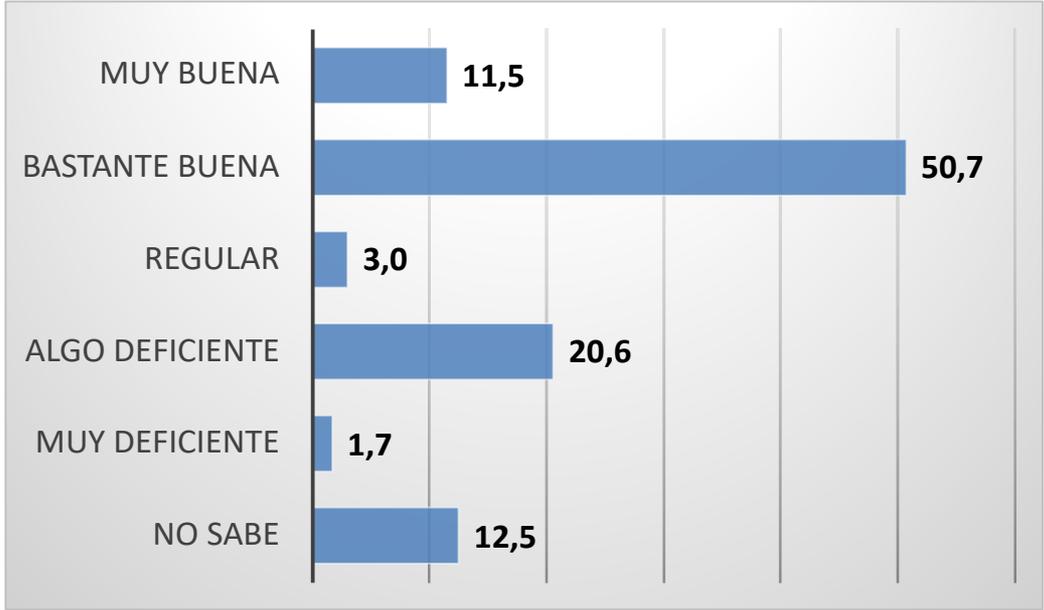
5.1. VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Son mayoría, el 62,2%, los que valoran la gestión del Ayuntamiento en materia turística como positiva. En contra, la crítica explícita, con una valoración deficiente, se reduce al 25,3%, resultando un balance muy positivo.

La percepción de la gestión del Ayuntamiento en materia turística ha evolucionado al alza respecto a 2019, incrementándose del 53,6% al 62,2% actual (incremento de más de 8 puntos).

La respuesta negativa, al contrario, se reduce del 40,7% al 25,3% (reducción a prácticamente la mitad).

P26. ¿Cómo piensa usted que es la atención que el Ayuntamiento de Las Palmas dedica al turismo en la ciudad?



	feb 2019	mar 2024	dif
Muy buena/buena	53,6	62,2	8,6
Regular/deficiente	40,7	25,3	-15,4
Ns/Nc	5,8	12,5	6,7