

Percepción del turismo en Barcelona

Presentación de resultados

Del 13 de marzo al 20 de octubre de 2023



Registro de Encuestas y Estudios de Opinión r23033

PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN BARCELONA PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

DEL 13 DE MARZO AL 20 DE OCTUBRE DE 2023.

Departamento de Estudios de Opinión
Oficina Municipal de Datos

C/ Avinyó, 32, 2.^a planta
Tel. 934 027 918
08002 Barcelona



Protejamos el medio ambiente.

No imprima este documento si no es necesario.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en su totalidad, ni en parte, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación en ninguna forma ni en ningún medio, sea electrónico, mecánico, por fotocopia, de grabación u otros, sin el permiso del propietario del copyright.



ÍNDICE

- 003 FICHA TÉCNICA
- 005 PRESENTACIÓN
- 007 1. OPINIÓN SOBRE EL TURISMO
EN BARCELONA
- 020 2. TURISMO Y CIUDAD
- 028 3. TURISMO Y BARRIO
- 035 4. RELACIÓN DE LA
POBLACIÓN BARCELONESA
CON EL TURISMO
- 041 5. CARACTERÍSTICAS
LABORALES DE LAS
PERSONAS DEDICADAS AL
SECTOR TURÍSTICO Y
NO TURÍSTICO
- 051 6. PERFIL DE LAS PERSONAS
ENTREVISTADAS



FICHA TÉCNICA

ÁMBITO

Municipio de Barcelona.

UNIVERSO

Población de Barcelona de 18 años y más, residente en Barcelona como mínimo desde hace 6 meses.

MAGNITUD DE LA MUESTRA

1.859 entrevistas

METODOLOGÍA

Entrevista personal realizada con soporte informático (CAPI) en la calle.

PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

Muestreo aleatorio estratificado. Los estratos se han formado por el cruce del territorio (2 unidades territoriales: barrios turísticos y barrios no turísticos) con el sexo y la edad. Se han aplicado cuotas para cada uno de los estratos.

Además, se han establecido cuotas marginales dentro de cada unidad territorial por: barrio o distrito; nacionalidad extranjera; personas en situación de paro.

ASIGNACIÓN

Fija a nivel territorial: 750 entrevistas para el conjunto de barrios turísticos y 1.050 para el conjunto de barrios no turísticos.

Dentro de estas unidades, la asignación es proporcional a la población según el padrón municipal de habitantes.

PONDERACIÓN

En función de la población objetiva real en cada uno de los estratos definidos por el cruce del territorio (distrito diferenciando los barrios turísticos y los no turísticos), del sexo y de la edad de la ciudadanía con el fin de obtener los resultados del conjunto de la ciudad.

ERROR MUESTRAL

Para un nivel de confianza del 95 % (2α), bajo el supuesto de máxima indeterminación ($P=50\%$ y $Q=50\%$), de muestreo aleatorio estratificado y de población finita, el error es de $\pm 2,5\%$ para el conjunto de la muestra ($\pm 3,5\%$ para los barrios turísticos y de $\pm 3,0\%$ para los barrios no turísticos).

Fecha de realización:

Del 13 de marzo al 20 de octubre de 2023.

EMPRESA DE TRABAJO DE CAMPO

Instituto Dym S.L.



DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA MUESTRA

BARCELONA				
	Barrios turísticos	n=750	Barrios NO turísticos	n=1.050
Ciutat Vella	El Raval El Barri Gòtic La Barceloneta Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera			
L'Eixample	Sagrada Família Sant Antoni		Resto de barrios	
Sants-Montjuïc	El Poble-sec		Resto de barrios	
Les Corts			Todos los barrios	
Sarrià-Sant Gervasi			Todos los barrios	
Gràcia	La Salut La Vila de Gràcia		Resto de barrios	
Horta-Guinardó			Todos los barrios	
Nou Barris			Todos los barrios	
Sant Andreu			Todos los barrios	
Sant Martí	La Vila Olímpica del Poble Nou El Poble Nou		Resto de barrios	



PRESENTACIÓN

Este informe presenta los resultados del estudio sobre la Percepción del Turismo en Barcelona en el año 2023.

El estudio de 2023 sigue la metodología de las dos últimas ediciones, en las que se sustituyó el análisis territorial de las ediciones anteriores a la pandemia (por distrito y barrio) por la mirada de la población barcelonesa, distinguiendo entre las personas residentes en los barrios considerados turísticos y las personas residentes en el resto de barrios, denominados en la presentación, “barrios no turísticos”.

El informe se divide en cinco apartados:

- ✓ En el primero, se presenta la opinión de la ciudadanía sobre el papel del turismo en la economía y la ciudad.
- ✓ Sigue un capítulo centrado en el tipo de turismo que recibe la ciudad y el que la ciudad ofrece.
- ✓ En tercer lugar, se trata la influencia del turismo en el entorno más próximo, el barrio.
- ✓ El cuarto capítulo presenta la relación de la población barcelonesa con el turismo.
- ✓ El quinto apartado se dedica a la descripción de algunas características laborales del personal que trabaja en el sector turístico, comparándolo con el que trabaja en otros sectores de actividad.
- ✓ El informe finaliza con el perfil de las personas entrevistadas.



SIGLAS

B

Base. Perfil de encuestados que responden a la pregunta del estudio.

N

Número de respuestas. Cantidad de respuestas valoradas por la pregunta concreta del estudio. En el caso de gráficos con evolución, se indica el número de entrevistas de la última consulta.

R

Tipo de respuesta. Posibilidad o posibilidades que se han contemplado para la pregunta formulada.



01

Opinión sobre el turismo en Barcelona



RESUMEN DE RESULTADOS

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA

TURISMO, PRINCIPAL SECTOR ECONÓMICO

Después de catorce ediciones de este estudio, las personas encuestadas se reafirman en la visión del turismo como principal fuente de riqueza de la ciudad, distando mucho de cualquier otro sector.

La percepción del turismo como motor económico ha variado desde el inicio del estudio. Hasta 2017 mantuvo una tendencia creciente y continua que se ha visto modificada a la baja a partir del 2018.

A pesar de todo, si quitamos los años de pandemia que supusieron un paréntesis en muchos aspectos de la sociedad, la importancia económica que la población barcelonesa otorga al turismo ahora es menor pero estable, que tiende a visibilizar sectores complementarios al turismo, como la hostelería y la restauración y, en esta última edición, el comercio.

Estos sectores son, por otra parte, los que más posiciones han ganado desde el inicio del estudio.

Observando las diferencias de percepción entre las personas residentes en los barrios turísticos y las que no, vemos como las primeras tienen en mayor consideración el turismo y la hostelería-restauración que las segundas, para las cuales es más importante el comercio.

BENEFICIOS DEL TURISMO

También se mantiene la clásica dualidad entre la importancia económica del turismo y, a la vez, el cuestionamiento de sus beneficios. Este año, con un posicionamiento más firme en cada punto de vista.

En 2023, son menos las personas que no saben definirse sobre las repercusiones del turismo para la ciudad. Eso hace que aumente tanto el porcentaje de las que lo consideran beneficioso, como de las que lo consideran perjudicial, aunque el polo negativo hacia el turismo crece en mayor medida.

Desde un punto de vista global, la tendencia apunta a una mayor crítica. A pesar de estar lejos de ser mayoritaria, aumenta el número de personas inclinadas a fijarse en los aspectos perjudiciales del turismo, tanto en Barcelona como en el barrio, como a nivel personal. Es en este ámbito personal donde las posiciones a favor y en contra de los beneficios del turismo están más cercanas.

La población residente en barrios con presión turística alta sigue posicionándose más que el resto en contra de los beneficios del turismo.

Unos beneficios centrados casi exclusivamente en la aportación económica que suponen, de la misma manera que los aspectos negativos también giran en torno a esta vertiente: aunque la ocupación del espacio es el comentario espontáneo más citado (23,6 %), en 2023 se doblan las menciones a la influencia del turismo en el aumento de precios con respecto a hace un año (16,2 % sobre la vivienda y 14,7 % en general). También un reflejo más de la coyuntura económica en la que se vive.

Esta especial sensibilidad hacia la influencia negativa del turismo en los precios se aprecia al margen de la tipología de barrio donde vivan (barrio turístico o no turístico), y se reafirma cuando se pregunta específicamente por el incremento de precios en el barrio: los barrios con una presión turística alta tienen una opinión bastante más contundente que el resto sobre el impacto del turismo en este aumento de los precios en el barrio.

El hecho de que la economía centre el foco de atención hace que en 2023 pierdan peso aspectos destacados de hace un año, relacionados con una cierta sensación de menosprecio respecto al turismo. De este modo, disminuyen los comentarios espontáneos relacionados con la pérdida de identidad o la expulsión de la población de su ciudad o la preferencia del turismo sobre la población.



OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA

En la misma línea, la mayor desaprobación hacia el llamado “turismo low cost” hace disminuir las menciones a las consecuencias clásicas asociadas a este perfil, como el incivismo o la suciedad.

EL PAPEL DEL TURISMO ACTUAL

Por tercer año consecutivo, se les ha pedido a las personas encuestadas su opinión sobre algunas afirmaciones concretas que tienen que ver con el papel y la influencia del turismo en la ciudad.

Los resultados no difieren de los conseguidos en años anteriores, pero igual que el resto del estudio, se observa una leve tendencia más crítica.

En la línea de los aspectos ya comentados, se vuelve a reconocer el papel económico del turismo para la ciudad de Barcelona, y se reconoce más injerencia en el desarrollo de otros sectores económicos, especialmente en el comercio de proximidad.

Desde el punto de vista cultural, sigue siendo mayoritaria la asociación positiva entre turismo y dinamismo cultural y creativo.

CAPACIDAD TURÍSTICA DE BARCELONA

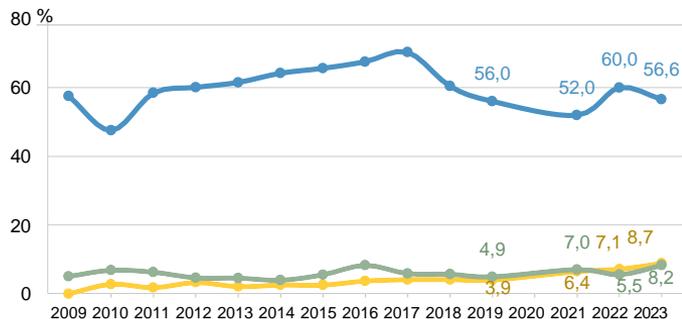
El posicionamiento de las personas encuestadas respecto a la capacidad turística de Barcelona va en la misma línea que el reconocimiento de sus beneficios y perjuicios.

Se aprecia la aportación económica del turismo, pero este beneficio no decanta la balanza a su favor. Cada vez son más las personas que creen que Barcelona ha llegado a su techo de capacidad turística. El 61,5 %, una cifra en la línea del posicionamiento anterior a la pandemia (61,3 %)



SECTOR ECONÓMICO QUE APORTA MÁS RIQUEZA A BARCELONA EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



%	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022	2023		
Turismo - Hostelería y restauración																
Turismo	57,5	47,5	58,4	60,1	61,5	64,2	65,6	67,6	70,3	60,4	56,0	52,0	60,0	56,6	60,6	55,5
Hostelería y restauración	0,0	2,8	1,8	3,3	2,1	2,5	2,5	3,7	4,0	4,1	3,9	6,4	7,1	8,7	10,5	8,3
Comercio	5,0	6,8	6,2	4,6	4,5	3,9	5,5	8,2	5,8	5,6	4,9	7,0	5,5	8,2	4,5	9,1
Industria	4,8	9,0	5,3	6,8	5,5	3,3	4,8	5,5	4,6	4,7	5,0	4,9	4,8	4,7	3,1	5,2
Servicios (sin especificar)	5,3	5,2	5,3	3,9	5,2	4,8	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,6	3,5	3,7
Tecnología, innovación, ciencia	0,0	0,0	0,4	0,5	0,7	0,7	0,7	0,0	0,0	1,8	2,1	4,4	2,8	2,5	2,9	2,3
Otros	10,6	8,6	5,7	4,2	5,6	6,8	5,7	7,1	9,0	9,3	7,1	6,1	8,7	8,3	8,6	8,2
Ninguno	0,5	1,2	0,9	0,8	0,8	0,8	0,2	0,2	0,3	0,5	0,4	10,5	0,4	0,4	0,0	0,5
NS/NC	16,5	20,1	16,3	15,9	14,1	13,0	10,2	7,7	5,9	13,5	20,5	8,8	10,7	7,1	6,4	7,3
n	(1600)	(1200)	(1200)	(1200)	(1219)	(1257)	(3293)	(4959)	(5014)	(5032)	(3612)	(1205)	(1208)	(1859)	(780)	(1079)

P1

¿Qué sector económico cree que aporta más riqueza a la ciudad?

N 1859
R Espontánea

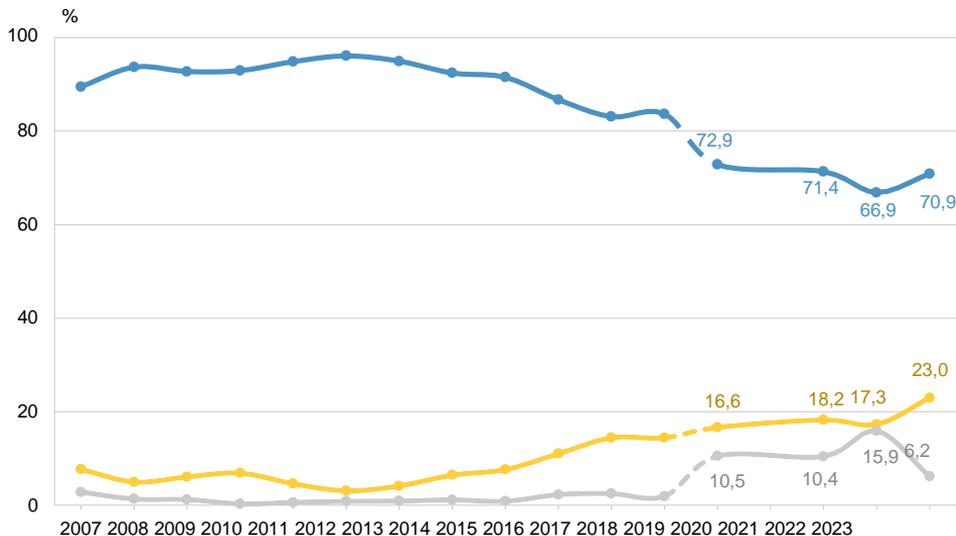
Turismo
Hostelería y restauración Comercio

NOTA: "Otros" agrupa sectores con una incidencia menor al 2 % como la construcción, la cultura y el deporte, y el sector sanitario, transporte o financiero



EL TURISMO ES BENEFICIOSO PARA BARCELONA EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Más bien beneficioso	70,9	66,7	72,0
Más bien perjudicial	23,0	28,2	21,6
NS/NC	6,2	5,1	6,4
n	(1859)	(780)	(1079)

P2 ¿El turismo es más bien beneficioso para Barcelona o más bien perjudicial? N 1859

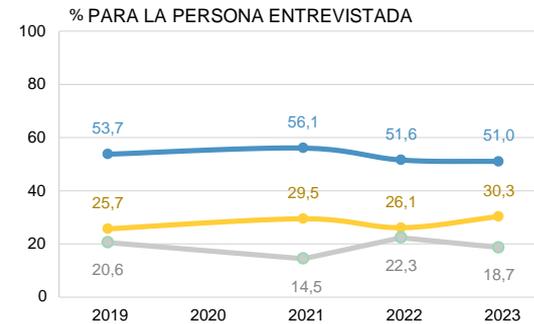
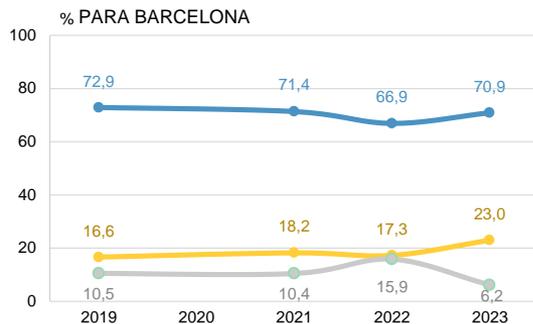
■ Más bien beneficioso
■ Más bien perjudicial
■ No lo sabe / No contesta

NOTA: Hasta 2018 la pregunta era: ¿Usted cree que el turismo es más bien beneficioso para Barcelona o más bien no beneficioso?



EL TURISMO ES BENEFICIOSO EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



% El turismo es más bien beneficioso	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Para Barcelona	70,9	66,7	72,0
Para el barrio	57,5	53,7	58,5
Para usted	51,0	41,9	53,4
n	(1859)	(780)	(1079)

P2 El turismo es más bien beneficioso para
P3/P4 Barcelona o más bien perjudicial?
¿Y para el barrio? / ¿Y para usted?
N 1859

■ Más bien beneficioso
■ Más bien perjudicial
■ No lo sabe / No contesta



ASPECTOS BENEFICIOSOS DEL TURISMO EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA

%	2021	2022	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Actividad económica (en general) / Aporta riqueza	66,5	69,8	72,5	73,2	72,4
Puestos de trabajo	8,2	5,6	6,3	6,5	6,2
Hostelería y restauración	6,5	6,7	5,7	5,5	5,8
Cultura	3,0	6,6	5,1	4,9	5,2
Publicidad de la ciudad	5,5	3,9	4,4	4,4	4,5
Comercios	5,0	3,4	2,6	3,3	2,5
Ambiente / Aporta vida y encanto a la ciudad	1,4	1,6	1,0	0,8	1,1
Transportes e infraestructuras	0,7	0,6	0,6	0,9	0,6
Otros	0,7	0,8	0,2	0,0	0,3
Todos	1,1	0,5	0,6	0,0	0,7
NS/NC	1,4	0,7	0,8	0,6	0,9
n	(840)	(785)	(1291)	(517)	(774)

P5

¿En qué aspecto cree que el turismo beneficia a la ciudad de Barcelona?

- B Creen que el turismo es más bien
- N beneficioso 1291
- R Espontánea.



ASPECTOS PERJUDICIALES DEL TURISMO EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA

%	2021	2022	2023	Barrio	Barrio no
				Turístico	Turístico
Masificación	13,9	22,7	23,6	21,2	24,4
Incivismo de los/las turistas	16,1	13,7	9,4	9,9	9,2
Turismo <i>low cost</i> /de baja calidad	14,7	6,0	8,2	8,4	8,1
Suciedad	6,1	8,1	5,8	9,7	4,5
Inseguridad	2,6	1,9	2,8	2,6	2,9
Ruidos	6,9	1,9	1,8	3,5	1,2
Subida del precio de la vivienda (alquiler-compra)	10,2	8,7	16,2	15,3	16,5
Subida general de precios	5,6	7,5	14,7	13,0	15,3
Desalojamiento de los/las barceloneses/as de su ciudad	4,4	9,1	5,9	4,2	6,5
Pérdida de la esencia/vida en los barrios	5,5	2,7	3,5	2,2	3,9
Solo se benefician unos pocos	3,0	1,1	1,7	1,6	1,7
El turismo tiene preferencia sobre la población	2,0	4,1	1,6	3,0	1,1
Medio ambiente (contaminación, cruceros, etc.)	1,8	3,4	1,4	1,9	1,2
Bajada de calidad de los servicios	0,5	2,6	1,0	0,9	1,0
Exceso de hoteles y apartamentos turísticos	2,0	1,1	0,5	0,9	0,4
Otros	3,3	3,6	1,1	1,2	1,0
Ningún sector. No beneficia / Perjudica a todos	0,8	1,4	0,2	0,6	0,0
NS/NC	0,7	0,3	0,9	0,0	1,2
n	(236)	(235)	(454)	(221)	(233)

P6

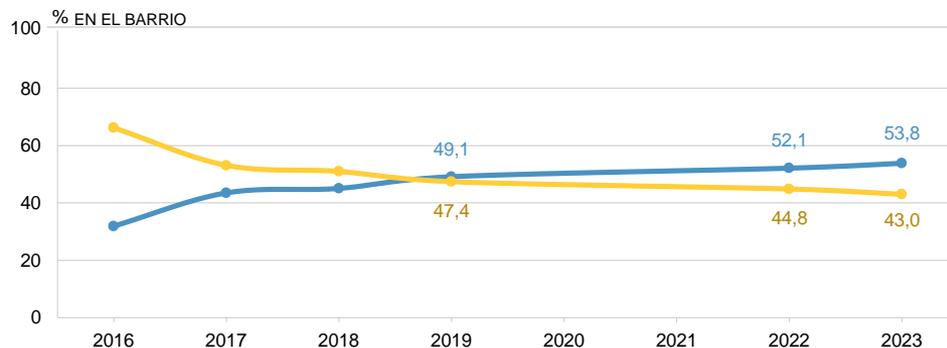
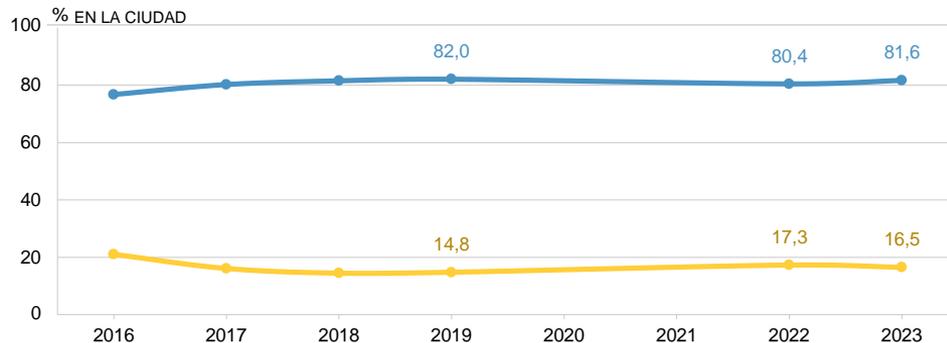
¿En qué aspecto cree que el turismo perjudica a la ciudad de Barcelona?

B Creen que el turismo es más bien perjudicial
N 454
R Espontánea



LA PRESENCIA DE TURISMO INFLUYE EN LOS PRECIOS EVOLUCIÓN

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



% EN LA CIUDAD	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Hace subir los precios	81,6	85,8	80,5
Los precios se quedan igual	16,5	12,4	17,6
Hace bajar los precios	0,1	0,3	0,1
NS/NC	1,8	1,5	1,8
n	(1859)	(780)	(1079)

% EN EL BARRIO	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Hace subir los precios	53,8	78,0	47,4
Los precios se quedan igual	43,0	19,9	49,1
Hace bajar los precios	0,2	0,5	0,1
NS/NC	3,1	1,6	3,4
n	(1859)	(780)	(1079)

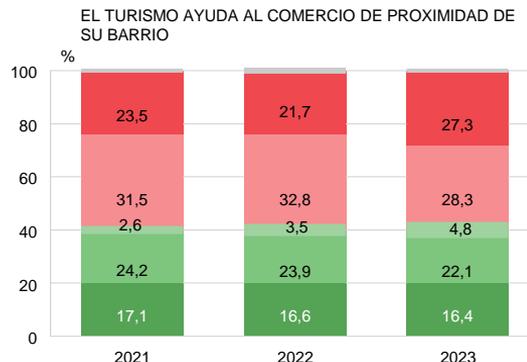
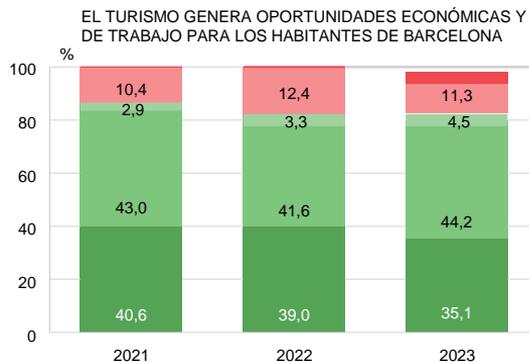
P11A En general, ¿la presencia de turismo en Barcelona
P11B hace que los precios en la ciudad suban o se queden igual? ¿Y en su barrio? N 1859

■ Hace subir los precios
■ Los precios se quedan igual



GRADO DE ACUERDO CON EL PAPEL DEL TURISMO ACTUAL EVOLUCIÓN (1/2)

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



P25

Me podría decir si está muy, bastante, poco o nada de acuerdo con las siguientes afirmaciones

N 1859

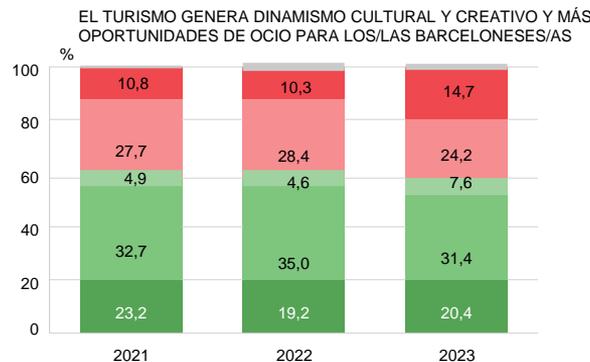
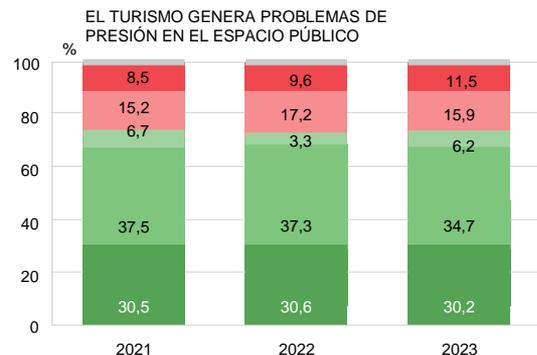
Muy de acuerdo
Bastante de acuerdo
Normal

Poco de acuerdo
Nada de acuerdo
No lo sabe / No contesta



GRADO DE ACUERDO CON EL PAPEL DEL TURISMO ACTUAL EVOLUCIÓN (2/2)

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA



P25

Me podría decir si está muy, bastante, poco o nada de acuerdo con las siguientes afirmaciones

N 1859

Muy de acuerdo
Bastante de acuerdo
Bastante de desacuerdo
Poco de desacuerdo

Nada de desacuerdo
No lo sabe / No contesta



GRADO DE ACUERDO CON EL PAPEL DEL TURISMO ACTUAL 2023

OPINIÓN SOBRE EL TURISMO EN BARCELONA

	Muy / Bastante de acuerdo	Normal	Poco / Nada de acuerdo	NS/NC
El turismo genera oportunidades económicas y de trabajo para los habitantes de Barcelona	79,3	4,5	15,5	0,7
Barrio turístico	78,1	4,0	16,6	1,3
Barrio no turístico	79,5	4,6	15,3	0,6
El turismo ayuda al comercio de proximidad de su barrio	38,6	4,8	55,6	1,0
Barrio turístico	48,6	5,6	44,6	1,1
Barrio no turístico	35,9	4,6	58,4	1,0
El turismo dificulta el desarrollo de otros sectores económicos	35,8	4,7	54,5	5,0
Barrio turístico	38,9	6,7	49,5	4,9
Barrio no turístico	34,9	4,2	55,9	5,0
El turismo genera problemas de presión en el espacio público	64,9	6,2	27,4	1,5
Barrio turístico	67,9	7,5	22,6	2,0
Barrio no turístico	64,1	5,9	28,7	1,4
El turismo genera dinamismo cultural y creativo, y más oportunidades de ocio para los/las barceloneses/as	51,7	7,6	38,9	1,8
Barrio turístico	52,0	9,0	38,0	1,1
Barrio no turístico	51,7	7,2	39,2	2,0

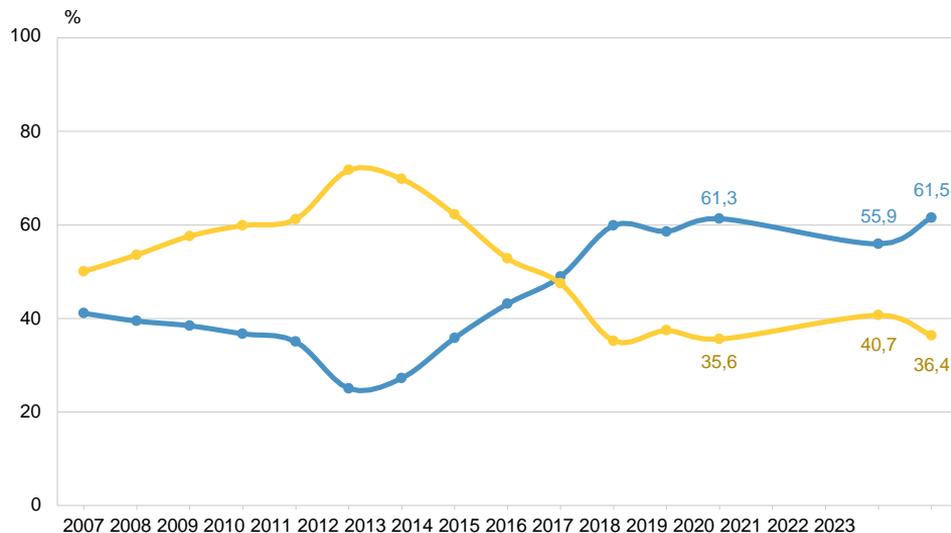


GRADO DE ACUERDO CON

A) *BARCELONA DEBE SEGUIR ATRAYENDO MÁS TURISMO*

B) *ESTÁ LLEGANDO/HA LLEGADO AL LÍMITE EN LA CAPACIDAD PARA DAR SERVICIO AL TURISMO*

OPINIÓN SOBRE EL
TURISMO EN BARCELONA



%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Barcelona está llegando al límite/ya ha llegado al límite en la capacidad de recibir a turistas	61,5	65,3	60,6
Barcelona debe seguir atrayendo más turistas	36,4	32,7	37,3
NS/NC	2,1	2,0	2,1
n	(1859)	(780)	(1079)

P7 ¿Con cuál de estas dos opiniones está usted más de acuerdo?

N 1859

■ Barcelona está llegando o ha llegado al límite de su capacidad turística
■ Debe atraer más turismo



02

Turismo y ciudad





RESUMEN DE RESULTADOS

EL TURISMO Y LA CIUDAD

ZONAS O ESPACIOS EVITADOS POR MASIFICACIÓN

Este año se ha querido hacer una primera aproximación para conocer hasta qué punto la presencia del turismo afecta a la población barcelonesa en su consumo cultural o de los espacios de la ciudad.

Los resultados muestran cómo en la mitad de los casos las personas encuestadas admiten haber modificado su elección a causa del turismo.

Se evita una zona amplia situada en el centro de la ciudad (plaza Catalunya, La Rambla, Gòtic, Raval, Casc Antic, Frente Marítimo), y también la zona de Sagrada Família. Con respecto a espacios concretos, el Park Güell encabeza la lista de los que más se esquivan expresamente.

TURISMO DE PREFERENCIA

Con respecto al perfil preferente de visitante, se vuelve a confirmar el interés por todas las tipologías sugeridas. Destaca la preferencia por visitantes por motivos formativos, seguida de los profesionales y los deportivos o culturales.

El turismo vacacional, a pesar de tener también un gap positivo, es más cuestionado que los perfiles anteriores, y más que hace un año. El turismo de cruceros vuelve a ser el único donde la balanza se muestra claramente negativa,

con más personas detractoras que partidarias, también más que en la anterior edición.

Espontáneamente aparecen otras tipologías de visitantes. Los perfiles a potenciar siguen relacionándose con un poder adquisitivo alto que se asocia a “turismo de calidad”, como el que tiene interés cultural o médico.

Como ya es habitual, generan rechazo los perfiles asociados a la fiesta y el incivismo, y a poderes económicos bajos: turismo de borrachera, de fin de semana, *low cost*, *hooligans*, mochileros.

En estos comentarios espontáneos, aunque no es representativo, este año por primera vez se reprobaba expresamente un perfil, hasta este momento mejor considerado, como es el de los nómadas digitales o *expats*.

Las personas residentes en barrios turísticos son las más críticas con todas las tipologías de visitantes, y también, más que hace un año.

OFERTA CULTURAL Y CREATIVA DE BARCELONA

La opinión que las personas entrevistadas tienen por la oferta cultural y creativa de Barcelona se mantiene estable, con una leve mejora.

Más de tres cuartas partes de las personas encuestadas la encontraban bastante o muy interesante para el turismo y el porcentaje aumenta cuando la relacionan con ellas mismas.

TRANSMISIÓN DE IDENTIDAD, CULTURA Y VALORES

Otro aspecto plenamente estable es la opinión sobre la capacidad de Barcelona para transmitir los valores y la identidad de la ciudad a las personas que nos visitan. El 56,8 % de las personas entrevistadas creen que el turismo acaba adquiriendo o entendiendo parte de estos valores de Barcelona.

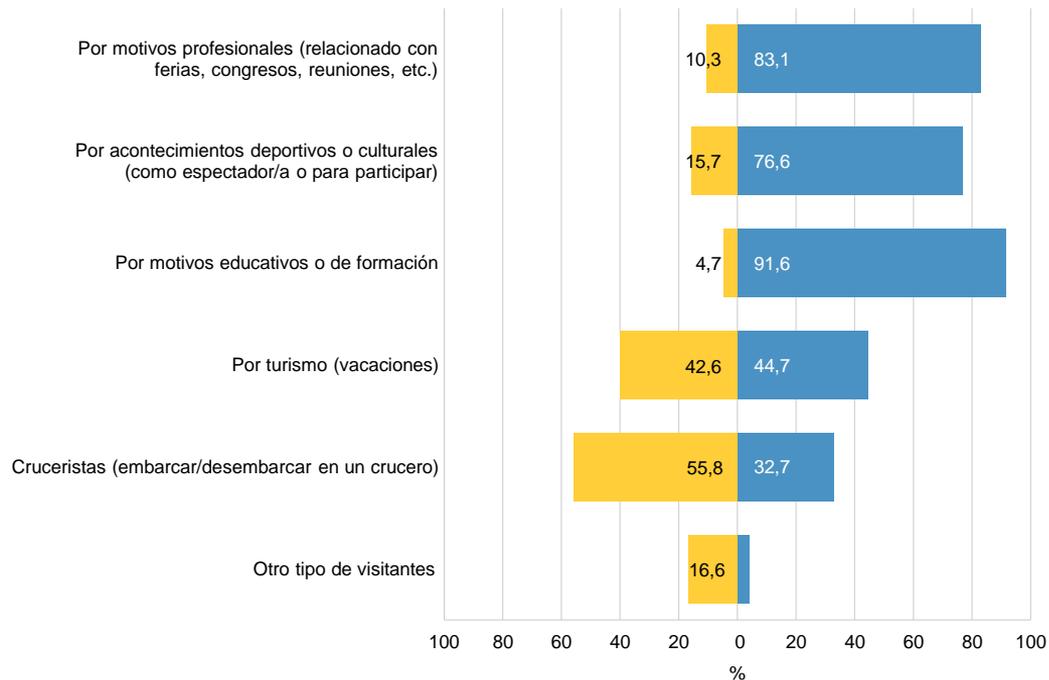
Las personas entrevistadas en barrios turísticos son más reticentes a esta afirmación.



TIPO DE VISITANTE A LIMITAR O POTENCIAR

2023

EL TURISMO Y LA CIUDAD



P20

¿Cree que en el futuro se debería potenciar o limitar las tipologías de visitantes que ahora le leeré?

N 1859

■ Se tiene que potenciar
■ Se tiene que limitar



TIPO DE VISITANTE A LIMITAR O POTENCIAR EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y LA CIUDAD

%	2021	2022	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Potenciar					
Por motivos profesionales (relacionados con ferias, congresos, reuniones, etc.)	91,6	89,1	83,1	83,8	82,9
Por acontecimientos deportivos o culturales (como espectador/a o para participar)	80,2	79,5	76,6	76,7	76,6
Por motivos educativos o de formación	94,9	94,6	91,6	89,8	92,1
Por turismo (vacaciones)	54,9	49,6	44,7	41,7	45,5
Crucelistas (embarcar/desembarcar en un crucero)	40,4	38,1	32,7	30,2	33,4
Otro tipo de visitantes	9,2	4,6	4,2	3,1	4,5
Como está					
Por motivos profesionales (relacionados con ferias, congresos, reuniones, etc.)	3,5	4,1	5,9	5,1	6,1
Por acontecimientos deportivos o culturales (como espectador/a o para participar)	5,4	5,1	6,3	5,4	6,6
Por motivos educativos o de formación	1,9	2,6	2,9	3,1	2,9
Por turismo (vacaciones)	9,5	9,2	11,3	10,7	11,4
Crucelistas (embarcar/desembarcar en un crucero)	9,4	5,9	8,2	7,5	8,4
Otro que se deba potenciar o limitar	35,5	9,9	0,0	0,0	0,0
Limitar					
Por motivos profesionales (relacionados con ferias, congresos, reuniones, etc.)	4,6	5,9	10,3	9,8	10,5
Por acontecimientos deportivos o culturales (como espectador/a o para participar)	13,2	14,4	15,7	16,7	15,5
Por motivos educativos o de formación	2,9	2,0	4,7	6,6	4,2
Por turismo (vacaciones)	34,3	39,9	42,6	45,5	41,9
Crucelistas (embarcar/desembarcar en un crucero)	48,5	51,2	55,8	59,1	54,9
Otro tipo de visitantes	23,8	20,1	16,6	14,6	17,1
n	(1205)	(1208)	(1859)	(780)	(1079)

P20

¿Cree que en el futuro se debería potenciar o limitar las tipologías de visitantes que ahora le leeré?

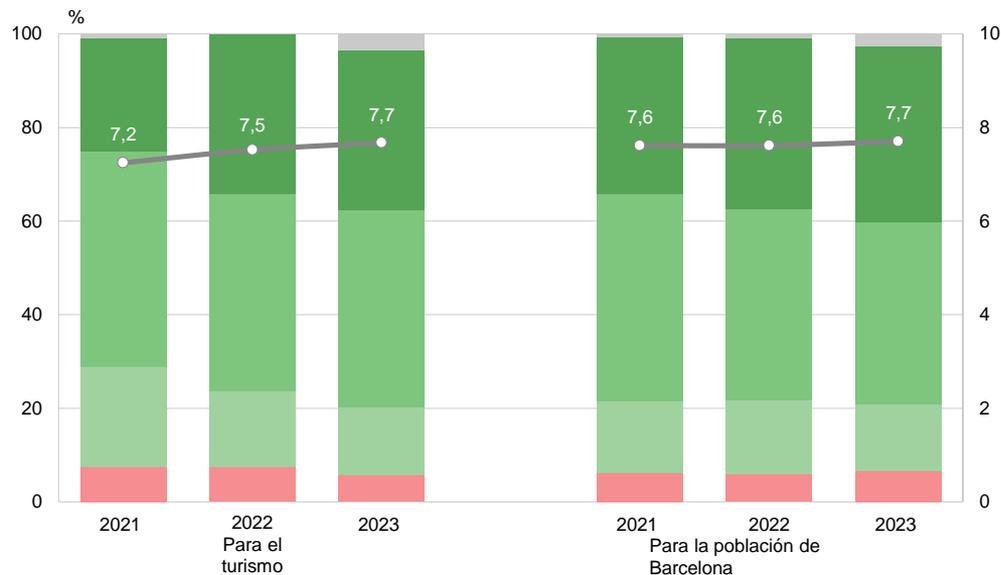
1859



INTERÉS DE LA OFERTA CULTURAL Y CREATIVA DE BARCELONA

EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y LA CIUDAD



% PARA EL TURISMO	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
		Interesa poco/nada (0 a 4)	5,8
Interesa (5 a 6)	14,4	16,8	13,7
Interesa bastante (7 a 8)	42,2	36,7	43,6
Interesa mucho (9 a 10)	34,2	35,1	34,0
NS/NC	3,4	2,6	3,6
Media	7,7	7,5	7,7
n	(1859)	(780)	(1079)

% PARA LA POBLACIÓN DE BCN	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
		Interesa poco/nada (0 a 4)	6,6
Interesa (5 a 6)	14,3	13,2	14,5
Interesa bastante (7 a 8)	39,0	38,9	39,0
Interesa mucho (9 a 10)	37,5	39,3	37,0
NS/NC	2,7	1,1	3,1
Media	7,7	7,7	7,7
n	(1859)	(780)	(1079)

P22 ¿Cree que la oferta cultural y creativa de Barcelona resulta de interés para el turismo?

N 1859

R 0 = No interesa nada ; 10 = Interesa mucho

Interesa poco/nada (0 a 4)

Interesa (5 a 6)

Interesa bastante (7 a 8)

Interesa mucho (9 a 10)

No lo sabe / No contesta

Media

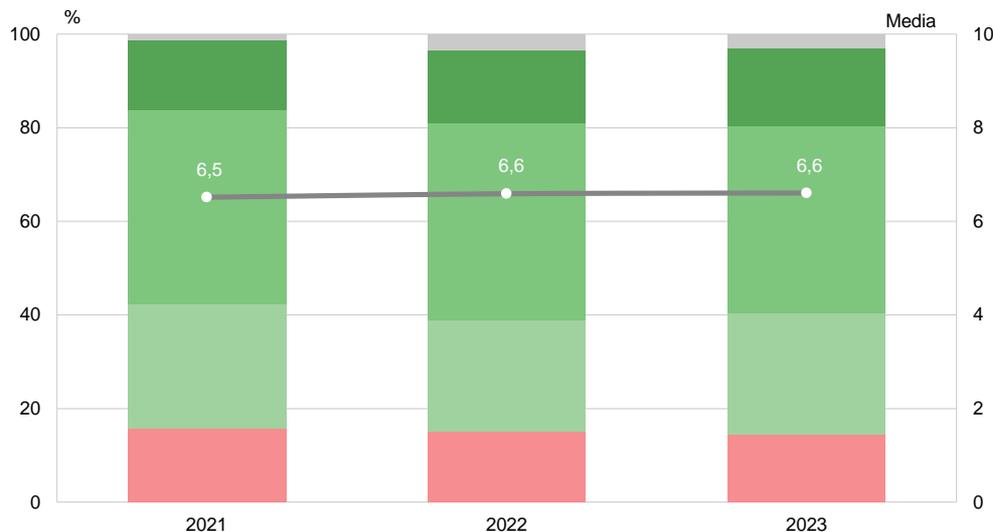
P23 ¿Y para usted?



TRANSMISIÓN DE LA IDENTIDAD, CULTURA Y VALORES DE BARCELONA

EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y LA CIUDAD



%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Poco / Nada (0 a 4)	14,4	17,7	13,6
Normal (5 a 6)	25,9	26,3	25,9
Bastante (7 a 8)	40,0	36,2	41,1
Mucho (9 a 10)	16,7	17,5	16,5
NS/NC	2,9	2,3	3,0
Media	6,6	6,4	6,7
n	(1859)	(780)	(1079)

P21

¿Hasta qué punto cree que Barcelona sabe transmitir su identidad, cultura y valores a las personas que nos visitan?

N 1859

R 0 = no transmite nada su identidad ;
10 = la transmite mucho

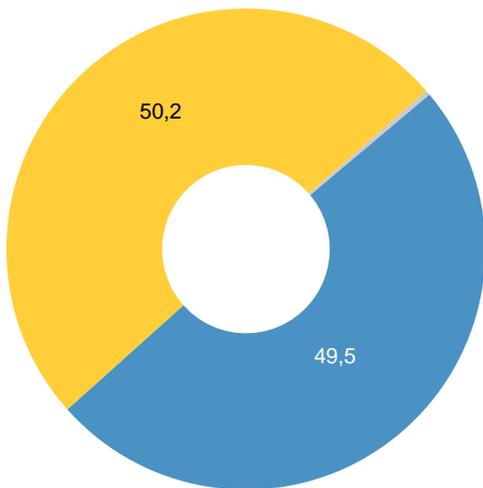
Poco / Nada (0 a 4)
Normal (5 a 6)
Bastante (7 a 8)

Mucho (9 a 10)
No lo sabe / No contesta
Media



INFLUENCIA DEL TURISMO EN LA VISITA DE LA POBLACIÓN BARCELONESA

EL TURISMO Y LA CIUDAD



%	2023	Barrio	
		Turístico	Barrio no Turístico
Sí	49,5	49,1	49,6
No	50,2	50,5	50,1
NS/NC	0,3	0,3	0,3
n	(1859)	(780)	(1079)

%	2023	Barrio	
		Turístico	Barrio no Turístico
La Rambla	30,9	32,4	30,5
Zona Sagrada Família	27,4	23,9	28,4
Plaza Catalunya - Paseo de Gràcia	25,8	22,8	26,6
Frente Marítimo	24,1	25,6	23,7
El Gòtic - El Raval - El casc Antic	22,9	21,7	23,2
El centro (no específica)	14,3	10,6	15,3
El Born	6,9	8,1	6,6
Montjuïc - Plaza de Espanya	2,7	0,8	3,2
Gràcia	2,4	1,6	2,7
Otras zonas	3,3	4,1	3,1
Park Güell	18,7	19,5	18,5
Templo de la Sagrada Família	7,5	6,4	7,8
Catedral - Santa Maria del Mar	5,0	5,5	4,9
Museos (no específica)	2,1	1,6	2,2
Mercados de la Boqueria - Santa Caterina	1,7	3,4	1,2
Museo Picasso	1,2	0,5	1,4
Otros espacios	5,3	6,5	5,0
n	(920)	(387)	(533)

P12

¿La presencia de turismo ha hecho que deje de visitar alguna zona o espacio de la ciudad?

N 1859

- Han dejado de visitar alguna zona o espacio
- No han dejado de visitar ningún sitio
- No contesta

P13

¿Me podría decir cuál o qué lugares?

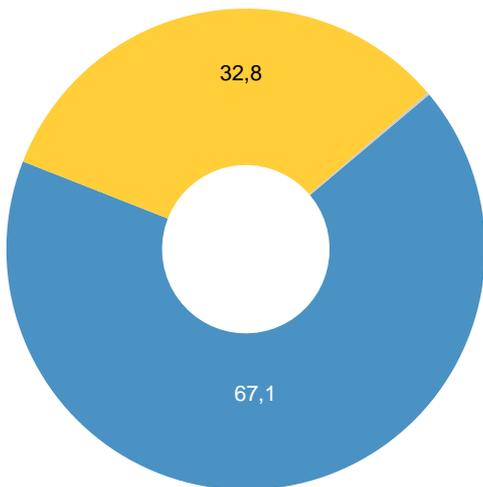
B

Han dejado de visitar alguna zona o espacio de la ciudad 920



CONOCIMIENTO DE LA TASA TURÍSTICA

EL TURISMO Y LA CIUDAD



%	2023	Barrio	Barrio no
		Turístico	Turístico
Conocen la tasa turística	67,1	66,9	67,1
No conocen la tasa turística	32,8	33,1	32,7
NS/NC	0,2	0,0	0,2
n	(1859)	(780)	(1079)

P24

¿Sabe que los turistas que se alojan en la ciudad pagan un impuesto o tasa durante su estancia?

N 1859

- Conocen la tasa turística
- No conocen la tasa turística
- No contesta



03

Turismo y barrio





RESUMEN DE RESULTADOS

TURISMO Y BARRIO

VIVIR EN BARRIOS TURÍSTICOS

En las tres últimas ediciones, este estudio se ha planteado a partir de una clasificación proporcionada por la Dirección de Turismo e Industrias Creativas, que agrupa los diferentes barrios de la ciudad en barrios turísticos y no turísticos, como se puede ver en la muestra.

Cuando este concepto de barrio turístico se traslada a la población encuestada, vemos que tres cuartas partes de las personas encuestadas reconoce su entorno con unos parámetros paralelos a los de la muestra. Unos resultados prácticamente calcados a los de hace un año.

En cambio, un 25,1 % de las personas residentes en barrios turísticos no comparten esta visión y creen que su barrio es más bien no turístico. De la misma manera, hay un 23,3 % de las que viven en barrios clasificados como no turísticos que creen que su medio inmediato es turístico.

El hecho de que la muestra de esta edición trate los barrios turísticos y no turísticos de forma agrupada no permite saber si hay territorios concretos que se escapan de la tendencia general de la agrupación a la cual pertenecen.

Tampoco se encuentran cambios sustanciales cuando se pregunta por la proyección futura del propio barrio. La mayor parte de las personas encuestadas quieren estabilidad en su entorno y prefieren que no haya cambios con respecto al número de turistas de su alrededor.

Sin embargo, los barrios con más presión turística muestran una posición más clara en contra de un aumento del turismo en su entorno más próximo.

VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO

La visibilidad del alojamiento turístico en el barrio continúa su tendencia estable, en niveles similares a 2019, cuando dejó de crecer.

Este año, el 21,5 % considera que hay demasiados alojamientos turísticos en el barrio y el 20,8 % convive con ellos en el propio edificio. Una presencia similar en el barrio pero con un leve aumento con respecto al año pasado en el caso de los edificios.

Este quizás es el aspecto en el cual se observan más diferencias entre tipologías de barrio. Casi la mitad de las personas encuestadas en un barrio turístico se muestra saturada por la presencia de alojamientos de este tipo en su entorno inmediato, frente a un 15 % de las que viven en un entorno no turístico.

Las personas residentes en barrios turísticos también tienen más contacto directo dentro del edificio (el 37,3 % conviven, frente al 16,5 % de las de barrios no turísticos).

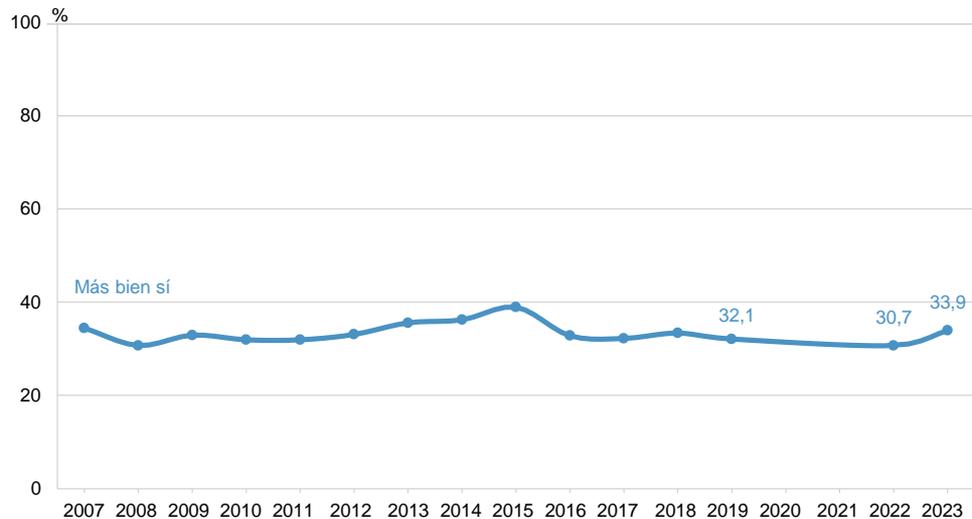
Con respecto a las molestias que ocasionan, la pequeña mejora que se vio hace un año se diluye y volvemos a valores que superan los de antes de la pandemia.

Se trata de un aumento de sensibilidad hacia las incomodidades de estos tipos de viviendas generalizado, pero más arraigado entre las personas que justamente no tienen una experiencia directa personal con las viviendas turísticas. El 59 % de los que no conviven con viviendas turísticas en su edificio piensan que ocasionan muchas o bastantes molestias frente al 53 % de los que tienen un trato directo.



CONSIDERA QUE VIVE EN UN BARRIO TURÍSTICO EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y EL BARRIO



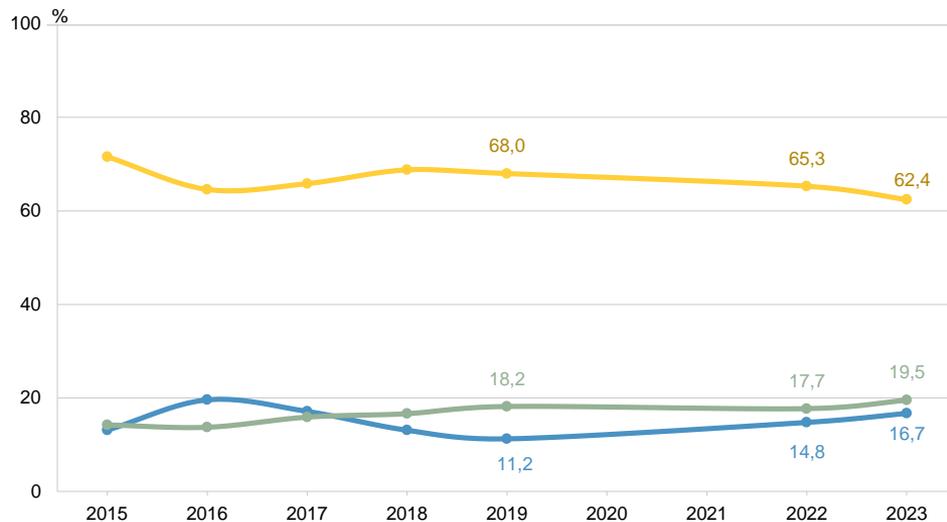
%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Más bien sí	33,9	74,3	23,3
Más bien no	65,2	25,1	75,8
NS/NC	0,8	0,6	0,9
n	(1859)	(780)	(1079)



LE GUSTARÍA MÁS O MENOS TURISMO EN SU BARRIO

EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y EL BARRIO



%	2023	Barrio	
		Turístico	no Turístico
Le gustaría que hubiera más turistas	16,7	14,1	17,4
Ya le están bien los turistas que hay	62,4	49,4	65,8
Le gustaría que hubiera menos turistas	19,5	35,5	15,3
NS/NC	1,4	1,0	1,5
n	(1859)	(780)	(1079)

P9

¿Le gustaría que en su barrio hubiera más turistas, ya le está bien los turistas que hay o que hubiera menos turistas?

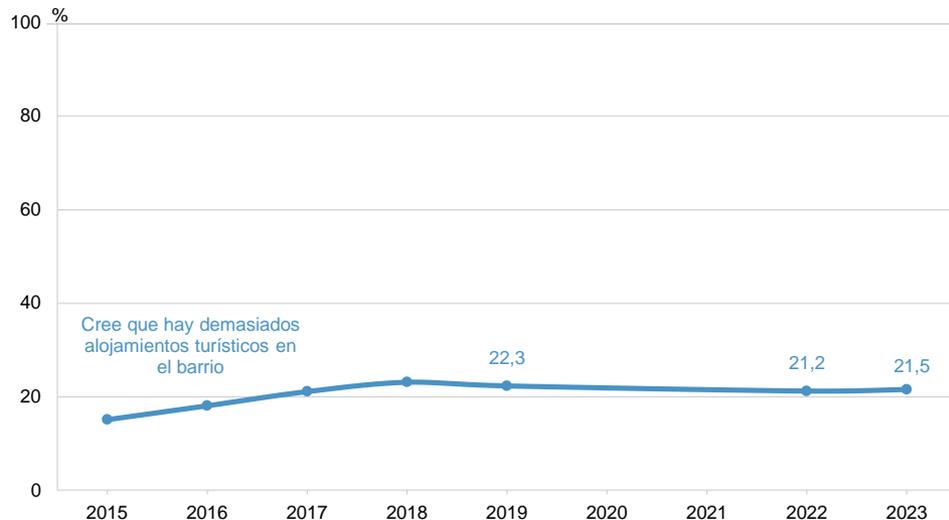
N 1859

- Le gustaría que hubiera más turistas
- Ya le está bien los turistas que hay
- Le gustaría que hubiera menos turistas



PRESENCIA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN SU BARRIO EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y EL BARRIO

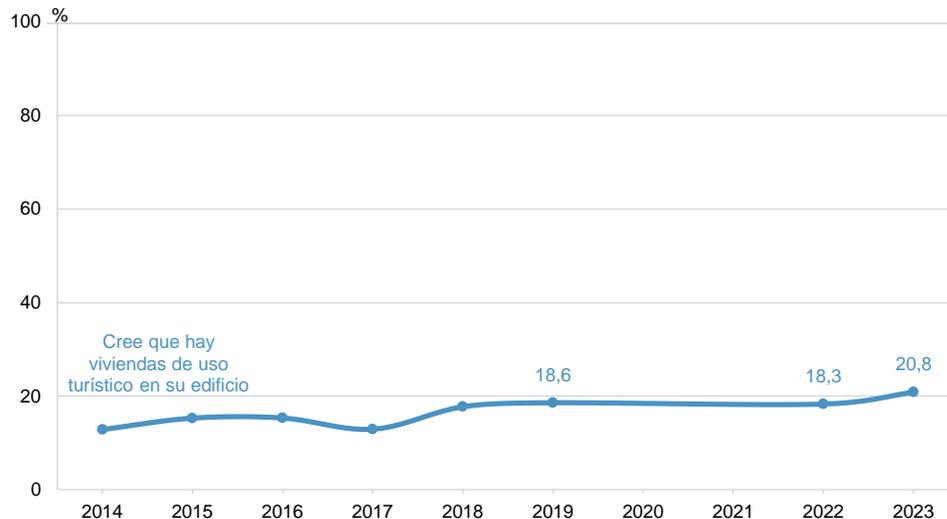


%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Cree que hay demasiados alojamientos turísticos en el barrio	21,5	46,2	15,0
No cree que haya demasiados alojamientos turísticos en el barrio	74,7	48,6	81,6
NS/NC	3,7	5,2	3,4
n	(1859)	(780)	(1079)



PRESENCIA DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO EN SU EDIFICIO EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y EL BARRIO



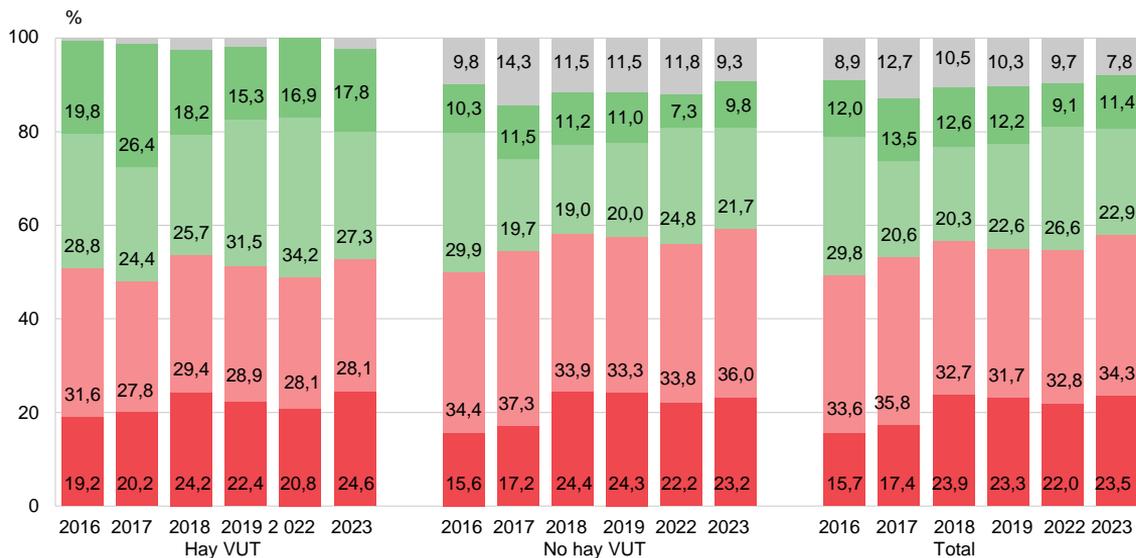
	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Cree que hay viviendas de uso turístico en su edificio	20,8	37,3	16,5
No cree que haya ninguno	75,9	58,8	80,4
NS/NC	3,3	3,9	3,1
n	(1859)	(780)	(1079)



MOLESTIAS DE LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO

EVOLUCIÓN

EL TURISMO Y EL BARRIO



P18

¿Cree que las viviendas de uso turístico ocasionan muchas, bastantes, pocas o ninguna molestia a los/las vecinos/as?

N 1859
(270 Creen que hay VUT en el edificio
No creen o no saben si hay VUT en el edificio)

■ Muchas molestias
■ Bastantes molestias
■ Pocas molestias

■ Ninguna molestia
■ No lo sabe / No contesta



04

Relación de la población barcelonesa con el turismo



RESUMEN DE RESULTADOS

RELACIÓN CON EL TURISMO

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO

Como se ha visto en otros puntos del estudio, cuando se opina sobre el comportamiento individual del turismo en la ciudad también se observa una mayor determinación en los dos extremos de opinión.

La mayoría sigue creyendo que los turistas tienen un buen comportamiento en la ciudad (53,3 %, +1,4 puntos con respecto a hace un año), frente a un 27 % que tienen una opinión contraria (+1,1 puntos con respecto a 2022).

El balance, pues, sigue siendo positivo y, a pesar de crecer ambas posiciones, lo hacen de una forma parecida. La diferencia la encontramos en la disminución de personas con opiniones neutras, que disminuyen en cada edición.

Este aumento de la polaridad en la opinión también se observa cuando acercamos el foco a la tipología de barrio. Aquí vemos cómo las personas residentes en barrios turísticos son más duras sobre el comportamiento del turismo que las que no viven en este entorno. Lo son más que hace un año (+4,5 puntos) debido, básicamente, al desplazamiento de la opinión de la posición neutral (ni bueno ni malo) hacia la más negativa.

RELACIÓN CON EL TURISMO

El 45,5 % de las personas encuestadas afirman haber tratado con el turismo en los últimos 12 meses. Un porcentaje que se recupera tímidamente con respecto a hace un año (+3,8 puntos) pero que no se sitúa en niveles anteriores a la pandemia, cuando en torno al 60 % de las personas encuestadas reconocían este contacto.

Los motivos personales son de nuevo el tipo de relación más frecuente entre el turismo y la población barcelonesa (66,8 %).

ALOJAMIENTO DE TURISMO EN CASA

En 2023, el 23,5 % ha alojado a alguien en su casa, entendiendo para alojar que hayan hecho como mínimo una pernoctación en su domicilio y que estas personas hayan venido a la ciudad con el objetivo de visitarla. Aquí hay que aclarar que se contabiliza la persona que aloja, no cuántos alojamientos lleva a cabo esta persona.

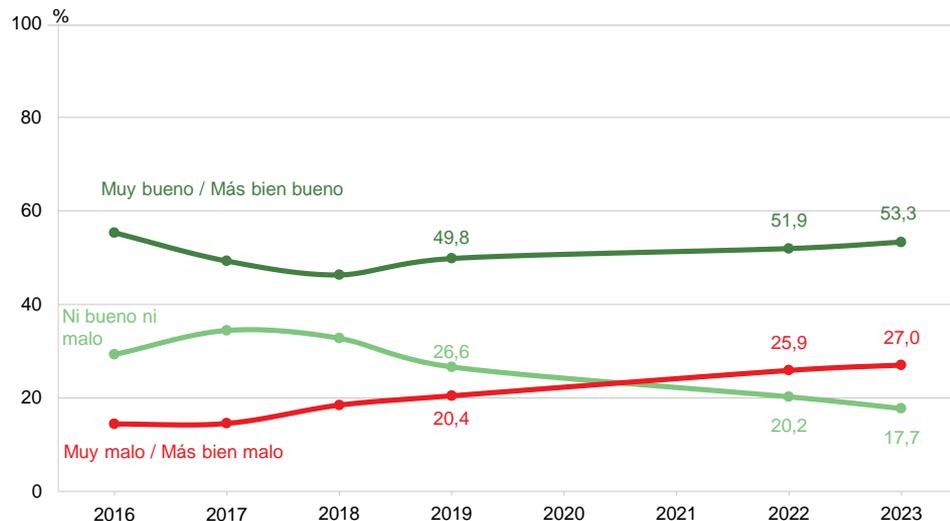
La mayoría ha alojado a personas próximas al ámbito personal, ya sean familiares, amistades o personas conocidas (23 % del total de personas entrevistadas) a pesar de que el 4,5 % reconoce haber cobrado por ello.

Las personas que viven en un entorno más turístico alojan más que las que viven en barrios con menos presión.



COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN LA CIUDAD EVOLUCIÓN

RELACIÓN CON EL TURISMO



%	2023	2023		2022	
		Barrio Turístico	Barrio no Turístico	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Muy bueno / Más bien bueno	53,3	50,3	54,1	50,1	52,4
Ni bueno ni malo	17,7	16,8	18,0	21,3	19,9
Muy malo / Más bien malo	27,0	32,4	25,6	28,0	25,3
NS/NC	1,9	0,4	2,3	0,6	2,3
n	(1859)	(780)	(1079)	(502)	(706)

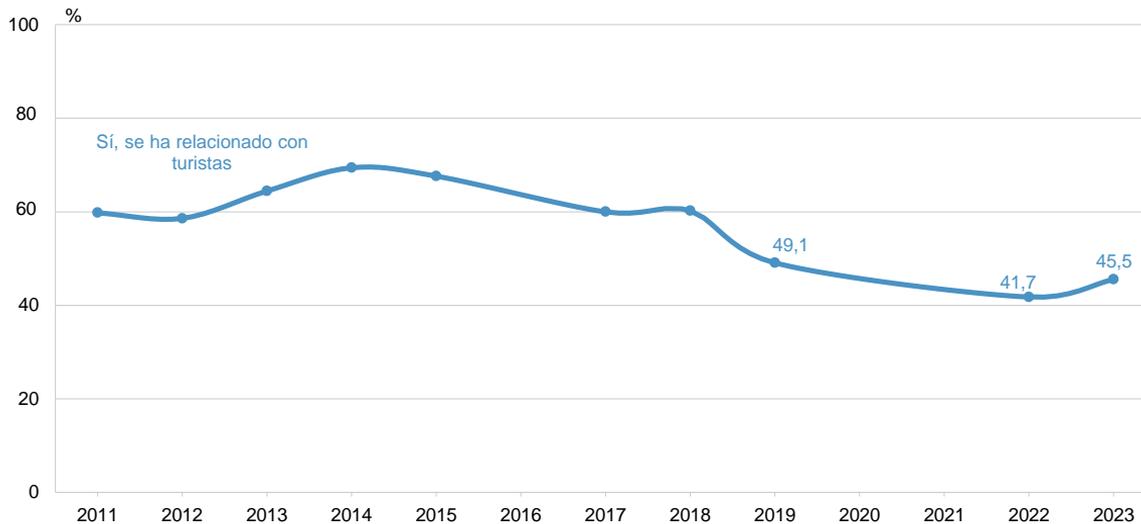
P10 Según lo que usted ve, ¿diría que el comportamiento del turismo en la ciudad es muy bueno, más bien bueno, más bien malo, muy malo?

N 1859



SE HA RELACIONADO CON TURISTAS EVOLUCIÓN

RELACIÓN CON EL TURISMO



P14

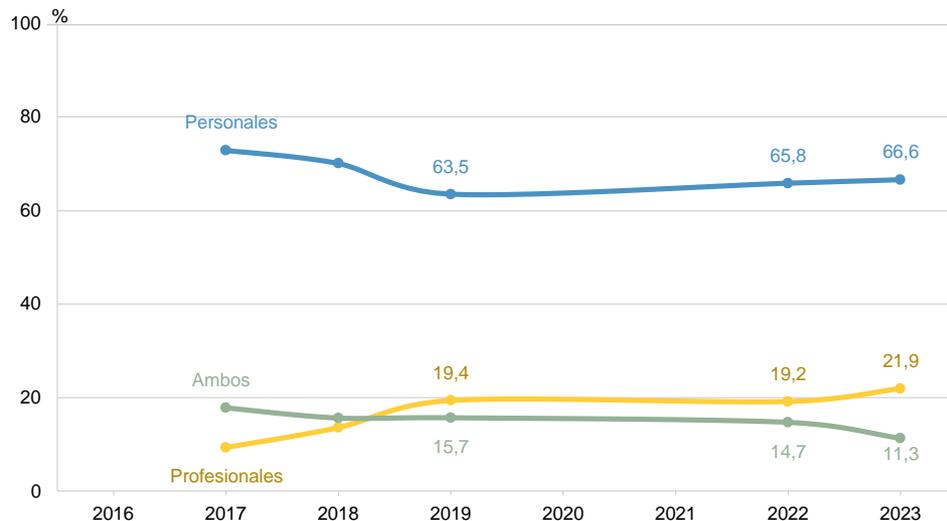
En los últimos 12 meses, ¿se ha relacionado con turistas que hayan venido a Barcelona?

N 1859



MOTIVO DE RELACIÓN CON EL TURISMO EVOLUCIÓN

RELACIÓN CON EL TURISMO



%	2023	Trabaja Sector Turístico	Trabaja Sector no Turístico	No Trabaja / No contesta
Personales	66,6	36,6	69,7	91,5
Profesionales	21,9	43,4	19,8	4,0
Ambos	11,3	19,9	10,4	4,2
Otros	0,2	0,1	0,1	0,2
NS/NC	0,1	0,0	0,0	0,2
n	(883)	(257)	(394)	(232)

P15 Y más concretamente, ¿se ha relacionado por motivos personales o profesionales?

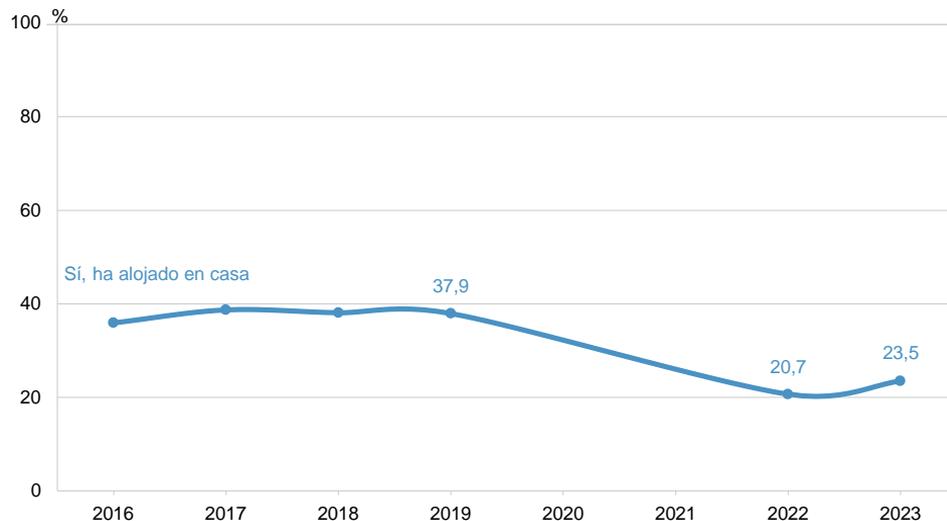
B Han tenido algún tipo de relación con el turismo 883



ALOJAMIENTO EN CASA DE PERSONAS QUE VISITAN BARCELONA

EVOLUCIÓN

RELACIÓN CON EL TURISMO



%	2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico
Familiares, amistades, personas conocidas	23,0	28,7	21,5
Algún/a turista	4,5	6,1	4,1
Otras personas	0,1	0,1	0,1
n	(1859)	(780)	(1079)

P16 En los últimos 12 meses, ¿ha alojado en su casa a personas que hayan venido a visitar Barcelona:
(familiar, amistad, conocido/a, turista u otras personas?)

N 1859



05

Características laborales de las personas dedicadas al sector turístico y no turístico



RESUMEN DE RESULTADOS

SECTOR TURÍSTICO

En 2023 crece el porcentaje de personas que trabajan o han trabajado en alguna actividad relacionada con el turismo y también su fidelización en el sector.

El 14,2 % (+3,8 puntos) de las personas encuestadas trabajan o han trabajado en el sector turístico en los doce meses anteriores a la encuesta, y el 37,3 % de estos seguiría trabajando aunque tuviera la posibilidad de cambiar (+12,8 puntos con respecto a 2022).

Eso no quita que la mayoría de los que trabajan cambiarían si pudieran (seis de cada diez personas trabajadoras del sector turístico).

Al 25,9 % de estas personas simplemente le interesan otros sectores laborales. Se trata de personas que tienen como objetivo un sector diferente y el sector turístico es transitorio (estudiantes, personas con otras profesiones y quieren volver o dedicarse...).

Para el resto, el deseo de cambio de sector se asocia a mejoras laborales, para el 30,6 % de forma global, para un 12,7 % en buscar específicamente una mejora económica, y para un porcentaje parecido, la mejora tiene que ver con condiciones laborales como la presión o la tranquilidad o la conciliación familiar.

TIPO DE CONTRATO Y CONDICIONES LABORALES

Al margen del sector de actividad en el que se trabaja (turístico u otros sectores), la mayor parte de los contratos son indefinidos o fijos (el 12,9 %, +5,9 puntos).

Con respecto a la jornada laboral, la más común para todas las personas que trabajan por cuenta ajena, al margen del sector económico en el que trabaje, sigue siendo la jornada completa, pero en menor medida que en los últimos años (el 72 %, -7 puntos con respecto a 2022).

Este año, la jornada a tiempo parcial es la que más aumenta, especialmente entre las personas que trabajan dentro del sector turístico (+6 puntos sector turístico, +4 puntos sector no turístico).

Todos los aspectos planteados sobre las condiciones laborales aprueban, pero son menos satisfactorios que hace un año. Esta tendencia se observa tanto entre las personas que trabajan en el sector turístico como en las que lo hacen en otros sectores.

El tipo de contrato es el aspecto que se tiene en mayor consideración en todos los sectores laborales, en el turístico también se considera especialmente el horario, mientras que en el resto de sectores se aprecia más la tipología de jornada.

CARACTERÍSTICAS LABORALES

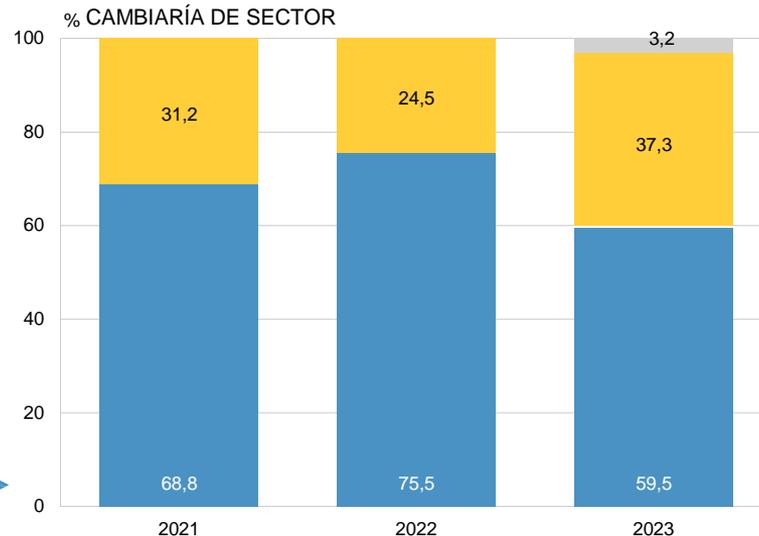
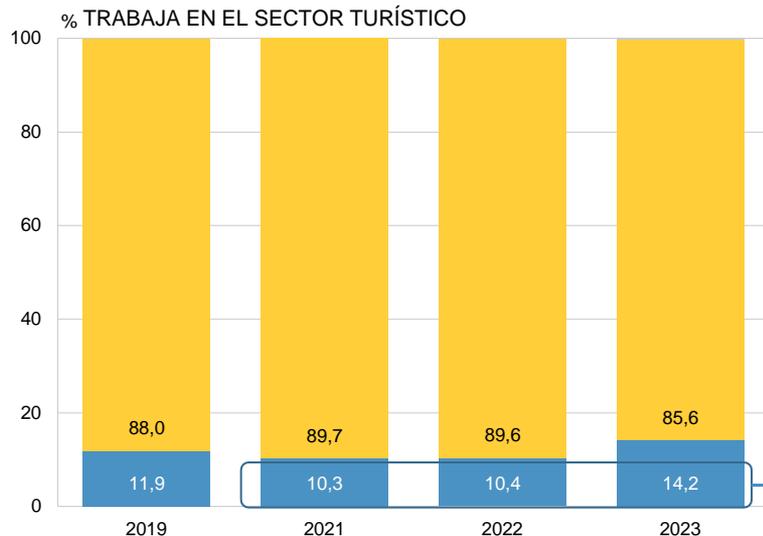
La retribución es de nuevo el punto débil para todos los sectores laborales, pero en este caso, las personas del sector turístico lo aprecian más que el resto, y además mantienen la valoración con respecto a hace un año.

Con respecto a la compaginación de la vida laboral y personal, las personas que trabajan en el sector turístico tienen más dificultades que las que trabajan en otros sectores, aunque, al margen del sector de actividad, son las mujeres las que en general muestran más problemas para hacerlo.



SECTOR EN EL QUE TRABAJA EVOLUCIÓN

CARACTERÍSTICAS LABORALES



P30 En los últimos 12 meses, ¿ha trabajado o trabaja en alguna actividad relacionada con el turismo?

N 1859

Trabaja o ha trabajado en actividades relacionadas con el turismo
No trabaja ni ha trabajado en actividades relacionadas con el turismo

P31 ¿Si usted tuviera la posibilidad de trabajar en un sector que no fuera el turístico, lo haría?

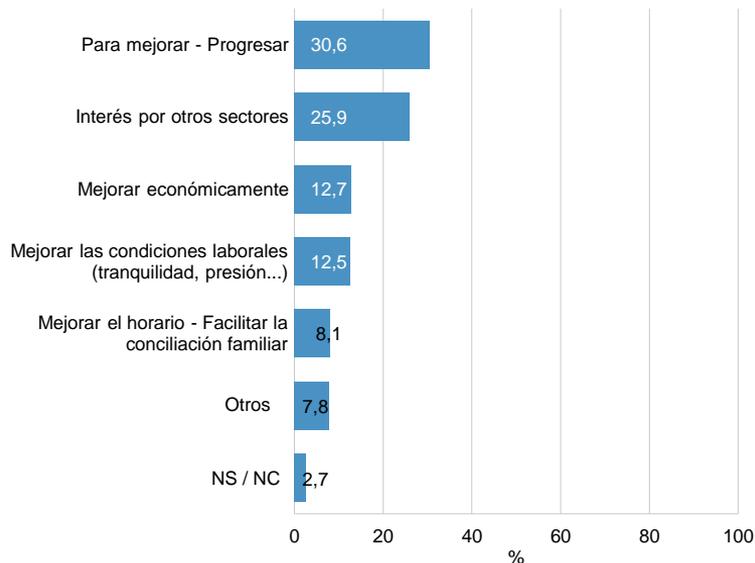
N 203

Trabajan ahora en el sector turístico

Sí, trabajaría en otro sector
No, seguiría trabajando en el sector turístico



RAZONES PARA DEJAR EL TRABAJO EN EL SECTOR TURÍSTICO CARACTERÍSTICAS LABORALES





TIPO DE CONTRATO LABORAL EVOLUCIÓN

CARACTERÍSTICAS LABORALES



%	2023	Trabaja Sector Turístico	Trabaja Sector no Turístico	No Trabaja / No contesta
Indefinido/a (o fijo/a)	72,9	77,6	74,3	31,5
Empresario/a / Autónomo/a	12,9	12,5	13,7	3,0
Temporal	9,2	6,8	8,9	24,1
De formación o aprendizaje	0,5	0,0	0,2	7,5
En prácticas	0,5	1,0	0,3	1,8
Otros	3,5	1,9	2,3	28,1
NS/NC	0,4	0,2	0,2	3,9
n	(1114)	(242)	(819)	(53)

P26 ¿Qué tipo de contrato tiene en su trabajo?

B Trabajan en la actualidad o lo compaginan con otra actividad
N 1114

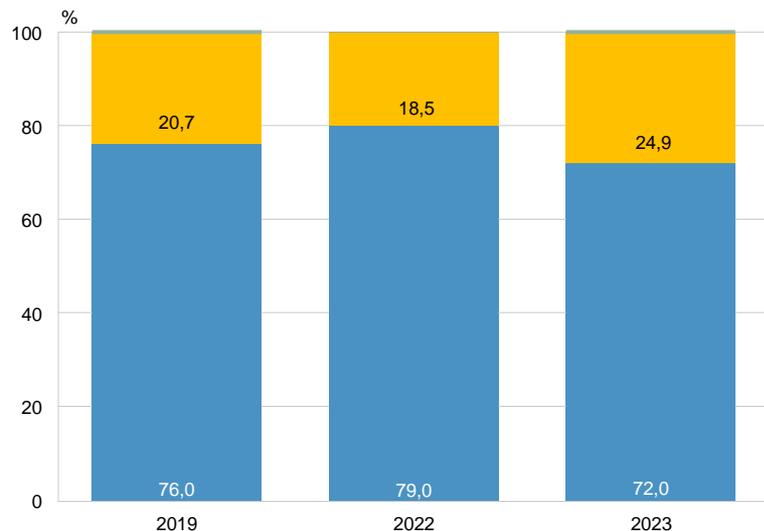
■ Indefinido/a (o fijo/a)
■ Temporal
■ Empresario/a / Autónomo/a

■ Otros NS
■ / NC



DURACIÓN DE LA JORNADA LABORAL EVOLUCIÓN

CARACTERÍSTICAS LABORALES



%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
Jornada completa	72,0	70,0	77,8	78,4	82,4
Jornada a tiempo parcial	24,9	27,2	20,6	21,0	16,0
Otros tipos de jornada (horas,...)	2,4	2,5	1,2	0,6	1,6
NS/NC	0,7	0,3	0,4	0,0	0,0
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

P27 ¿Usted tiene jornada completa o a tiempo parcial?

B Trabajan por cuenta ajena o cobran pensión, hacen tareas del hogar, estudian y rentistas y compaginan con trabajos

N 887

R 0 = Nada satisfecho/a; 10 = Muy satisfecho/a

Jornada completa
Jornada a tiempo parcial
Otros tipos de jornada

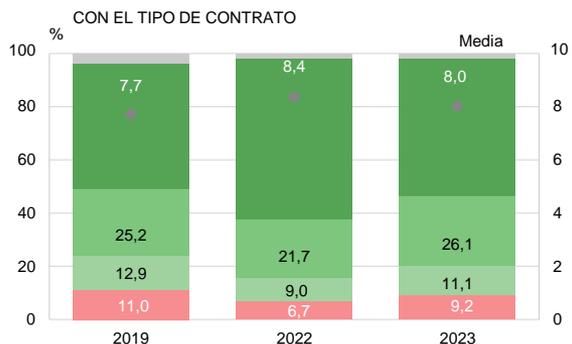
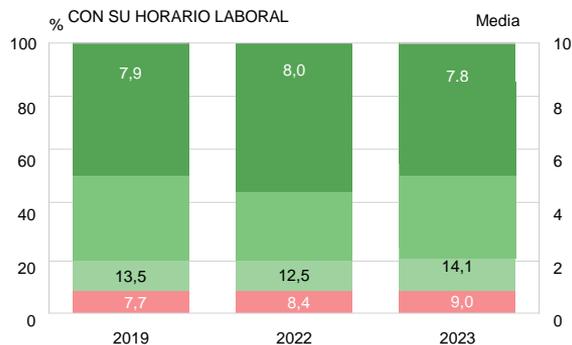
NS/NC



SATISFACCIÓN CON LAS CONDICIONES LABORALES

EVOLUCIÓN (1/3)

CARACTERÍSTICAS LABORALES



CON SU HORARIO LABORAL

%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)	9,0	10,4	8,6	12,4	7,6
Satisfecho/a (5 a 6)	14,1	18,6	13,4	18,4	11,6
Bastante satisfecho/a (7 a 8)	32,0	30,8	32,3	19,7	30,0
Muy satisfecho/a (9 a 10)	44,4	40,3	45,2	49,5	50,8
NS/NC	0,6	0,0	0,4	0,0	0,1
Media	7,8	7,5	7,8	7,6	8,0
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

CON EL TIPO DE CONTRATO

%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)	9,2	10,8	8,0	7,2	6,8
Satisfecho/a (5 a 6)	11,1	13,7	11,2	8,3	9,0
Bastante satisfecho/a (7 a 8)	26,1	25,8	25,6	19,4	21,6
Muy satisfecho/a (9 a 10)	51,9	48,7	54,3	63,4	61,9
NS/NC	1,7	1,0	0,8	1,7	0,8
Media	8,0	7,7	8,1	8,4	8,4
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

P28

En general, ¿hasta qué punto está satisfecho con las condiciones laborales que ahora le leeré?

B Trabajan por cuenta ajena o cobran pensión, hacen tareas del hogar, estudian y rentistas y compaginan con trabajos

N 887

R 0 = Nada satisfecho/a; 10 = Muy satisfecho/a

Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)

Satisfecho/a (5 a 6)

Bastante satisfecho/a (7 a 8)

Muy satisfecho/a (9 a 10)

No lo sabe / No contesta

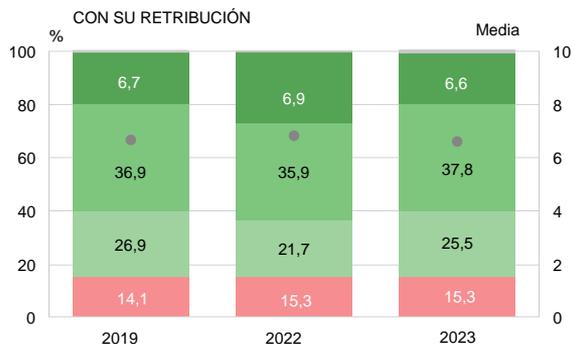
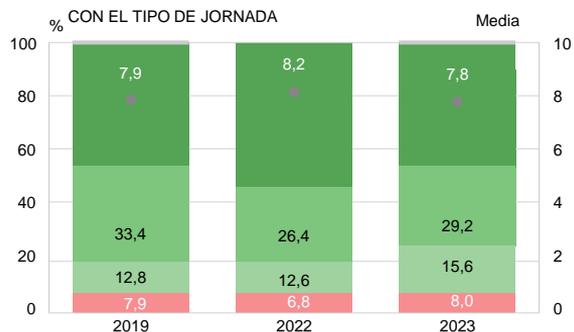
Media



SATISFACCIÓN CON LAS CONDICIONES LABORALES

EVOLUCIÓN (2/3)

CARACTERÍSTICAS LABORALES



CON EL TIPO DE JORNADA

%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
	8,0	11,1	7,2	10,0	6,3
	15,6	15,4	16,4	16,3	11,4
	29,2	34,8	28,0	23,5	26,8
	46,2	38,4	47,9	50,2	55,4
	1,0	0,3	0,5	0,0	0,1
Media	7,8	7,4	7,9	7,8	8,3
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

CON SU RETRIBUCIÓN

%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)	15,3	12,2	16,4	16,0	15,6
Satisfecho/a (5 a 6)	25,5	25,0	26,1	18,9	22,2
Bastante satisfecho/a (7 a 8)	37,8	38,8	37,3	40,9	35,3
Muy satisfecho/a (9 a 10)	20,4	23,7	19,3	23,5	26,7
NS/NC	0,9	0,3	0,9	0,7	0,1
Media	6,6	6,8	6,6	6,8	6,9
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

P28 En general, ¿hasta qué punto está satisfecho con las condiciones laborales que ahora le leeré?

B Trabajan por cuenta ajena o cobran pensión, hacen tareas del hogar, estudian y rentistas y compaginan con trabajos
N 887
R 0 = Nada satisfecho/a; 10 = Muy satisfecho/a

Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)
Satisfecho/a (5 a 6)
Bastante satisfecho/a (7 a 8)

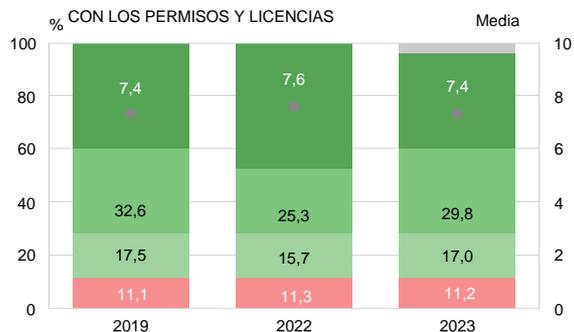
Muy satisfecho/a (9 a 10)
No sabe / No contesta
Media



SATISFACCIÓN CON LAS CONDICIONES LABORALES

EVOLUCIÓN (3/3)

CARACTERÍSTICAS LABORALES



%	2023	2023		2022	
		Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico
Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)	11,2	15,1	10,2	19,0	10,1
Satisfecho/a (5 a 6)	17,0	14,8	18,1	7,9	17,3
Bastante satisfecho/a (7 a 8)	29,8	31,3	29,4	19,8	26,7
Muy satisfecho/a (9 a 10)	37,2	35,1	38,0	46,2	43,0
NS/NC	4,8	3,7	4,3	7,1	2,9
Media	7,4	7,2	7,4	7,4	7,6
n	(887)	(197)	(638)	(95)	(433)

P28 En general, ¿hasta qué punto está satisfecho con las condiciones laborales que ahora le leeré?

B Trabajan por cuenta ajena o cobran pensión, hacen tareas del hogar, estudian y rentistas y compaginan con trabajos
N 887
R 0 = Nada satisfecho/a; 10 = Muy satisfecho/a

Poco/Nada satisfecho/a (0 a 4)
Satisfecho/a (5 a 6)
Bastante satisfecho/a (7 a 8)

Muy satisfecho/a (9 a 10)
No lo sabe / No contesta
Media



DIFICULTADES PARA COMPAGINAR VIDA LABORAL Y PERSONAL

CARACTERÍSTICAS LABORALES



%	2023	Trabaja Sector Turístico	Sector no Turístico	Mujer	Hombre
Muchas dificultades	9,1	13,6	8,2	11,9	6,0
Bastantes dificultades	17,6	20,8	16,6	18,6	16,5
Pocas dificultades	30,5	32,2	31,5	29,0	32,3
Ninguna dificultad	42,1	32,4	43,1	39,9	44,6
NS/NC	0,6	0,9	0,6	0,7	0,6
n	(887)	(197)	(638)	(468)	(419)

P29 ¿Tiene dificultades para compaginar su vida laboral con su vida familiar/personal?

B Trabajan por cuenta ajena o cobran pensión, hacen tareas del hogar, estudian y rentistas y compaginan con trabajos

N 887

R 0 = Nada satisfecho/a; 10 = Muy satisfecho/a

Bastantes dificultades

Muchas dificultades

Pocas dificultades

Ninguna dificultad

No lo sabe / No contesta



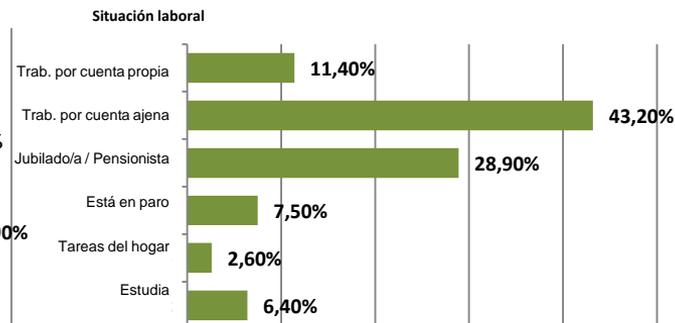
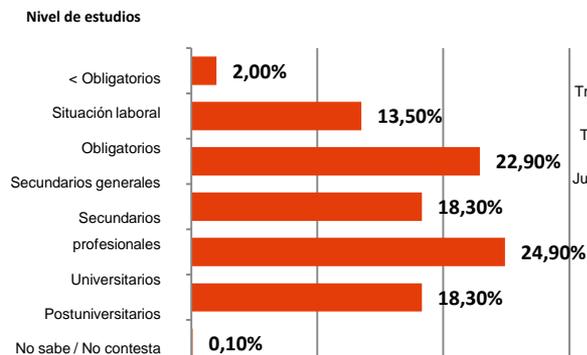
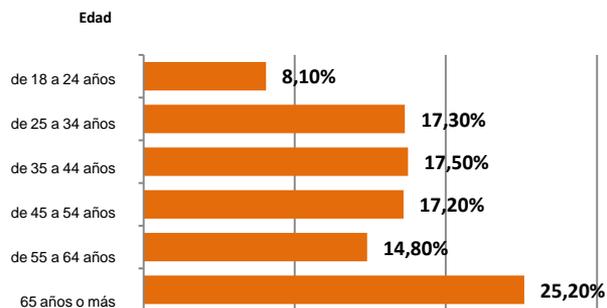
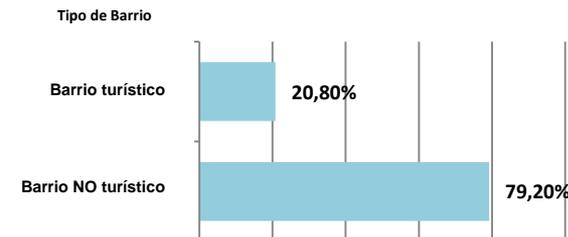
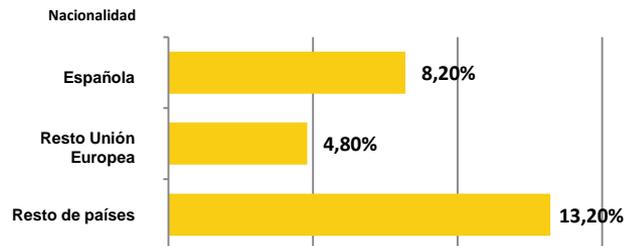
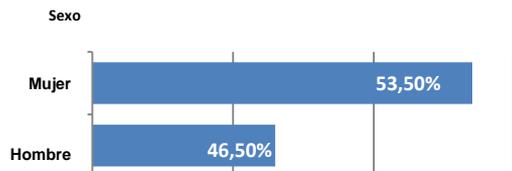
06

Perfil de las personas entrevistadas



DATOS PERSONALES

PERFIL DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS





DATOS PERSONALES

2023

PERFIL DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

		2023	Barrio Turístico	Barrio no Turístico	Trabaja Sector Turístico	Trabaja Sector no Turístico	No Trabaja
SEXO	Mujer	53,5	52,2	53,9	43,1	53,2	57,4
	Hombre	46,5	47,8	46,1	56,9	46,8	42,6
EDAD	de 18 a 24 años	8,1	7,9	8,2	15,4	3,7	10,3
	de 25 a 34 años	17,3	22,0	16,0	32,7	23,8	5,5
	de 35 a 44 años	17,5	19,7	16,9	23,9	27,5	5,2
	de 45 a 54 años	17,2	16,6	17,3	17,6	26,9	7,1
	de 55 a 64 años	14,8	13,4	15,1	8,3	15,7	15,9
	65 años o más	25,2	20,4	26,5	2,0	2,4	56,0
Edad (Media)		49,5	47,1	50,1	37,4	43,1	60,0
NACIONALIDAD	Española	82,0	76,0	83,6	68,0	79,5	89,1
	Otros Unión Europea	4,8	7,9	4,0	10,0	6,3	1,5
	Resto países	13,2	16,1	12,5	22,0	14,2	9,4
NIVEL DE ESTUDIOS	No ha terminado los estudios obligatorios	2,0	2,1	2,0	1,0	0,5	3,9
	Obligatorios	13,5	15,0	13,1	9,2	7,8	20,7
	Secundarios generales	22,9	21,8	23,2	29,5	15,4	28,3
	Secundarios profesionales	18,3	17,1	18,6	19,9	18,1	17,9
	Universitarios	24,9	23,4	25,3	25,6	28,6	21,0
	Postuniversitarios	18,3	20,3	17,7	14,9	29,6	7,9
SITUACIÓN LABORAL	Trabaja por cuenta propia	11,4	14,9	10,5	15,2	21,4	0,1
	Trabaja por cuenta ajena	43,2	45,0	42,7	65,0	78,6	0,0
	Cobra jubilación, prejubilación o pensión / incapacidad	28,9	23,2	30,5	1,5	0,0	67,4
	Está en paro	7,5	8,3	7,3	9,8	0,0	14,3
	Tareas del hogar (no remuneradas)	2,6	2,2	2,7	0,6	0,0	5,9
	Estudia	6,4	6,4	6,4	7,9	0,0	12,4
n		(1859)	(780)	(1079)	(292)	(819)	(748)



**Ajuntament
de Barcelona**

