



universidad
de león

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Turismo
Curso 2017 / 2018

GENTRIFICACIÓN Y TURISMOFOBIA: EL CASO DE
BARCELONA.

(GENTRIFICATION AND TOURISM-PHOBIA: THE CASE
OF BARCELONA.)

Realizado por el alumno Doña Cristina González Fernández

Tutelado por el Profesor Don José Cortizo Álvarez

León, julio de 2018

Resumen del trabajo:

El principal tema de este Trabajo Fin de Grado, es el proceso incontrolado de la gentrificación en los espacios urbanos, un problema de actualidad que hoy en día afecta a muchas ciudades. El objetivo que perseguimos es exponer las causas y efectos provocados en las ciudades así como las soluciones que se están llevando a cabo, centrándonos en el caso de la ciudad de Barcelona. El número de visitantes crece año tras año en nuestro país y la ciudad de Barcelona no se queda al margen, ya que por sus características se presenta como uno de los núcleos más notables siendo objetivo de este turismo desmedido. Se han analizado diversas tesis que versan sobre el tema principal de este Trabajo Fin de Grado, varias noticias de prensa y otras fuentes bibliográficas. En las mismas, se puede observar que como consecuencia de los flujos masivos de turistas, no solo se produce degradación física en las ciudades, sino que también existe un rechazo de la propia población residente hacia los turistas, denominado turismofobia.

Palabras clave:

Gentrificación, turismofobia, turistificación, turista, Barcelona, turismo de masas.

Abstract:

The main topic of this Final Degree Project is the uncontrolled process of gentrification in the Spanish urban areas, a present issue which affects many cities nowadays. We try to introduce the causes and effects produced in cities as well as the possible solutions which are taking place, focusing on the particular case of Barcelona. The amount of visitors grows year by year in our country and the city of Barcelona is not an exception, since, regarding its characteristics, it is considered one of the most significant nucleuses being target of this excessive tourism. After analysing several Final Degree Projects about the same topic of this one, numerous press reports and other bibliographical sources, it is possible to notice not only how the degradation of cities is produced but also a rejection of the citizens themselves towards these tourists as a consequence of the massive flows of tourists. This is well-known as tourism-phobia.

Key words:

Gentrification, tourism-phobia, touristification, tourist, Barcelona, mass tourism.

INDICE

1	INTRODUCCIÓN	1
2	OBJETIVOS.....	2
3	METODOLOGÍA	3
4	CAMBIOS ESTRUCTURALES EN LAS CIUDADES: LA GENTRIFICACIÓN	4
4.1	CAUSAS: LOS AGENTES GENTRIFICADORES	5
4.2	CONSECUENCIAS DE LA GENTRIFICACIÓN	7
4.3	TURISTIFICACIÓN, TURISMOFOBIA Y SÍNDROME DE VENECIA	8
5	EL CASO DE BARCELONA	10
5.1	SISTEMA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BARCELONA	10
5.1.1	Evolución y actualidad del espacio turístico	10
5.1.2	Evolución y actualidad de la oferta de alojamientos.	14
5.1.3	Evolución y actualidad de la demanda turística.....	18
5.1.4	Influencia de los medios de transporte.....	22
5.1.5	Evolución y actualidad de las tipologías turísticas.	24
5.2	SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA TURÍSTICO: PROBLEMÁTICA ENTRE VECINOS Y TURISTAS.....	26
5.2.1	Problemas y soluciones derivados de los alquileres turísticos de pisos.	28
5.2.2	Problemas y soluciones derivados de la ocupación de espacios urbanos.	31
6	CONCLUSIONES	33
7	BIBLIOGRAFÍA.....	35
8	ANEXOS.....	41

ÍNDICES DE GRÁFICOS, FIGURAS Y TABLAS.**- GRÁFICOS**

GRÁFICO 5.1: EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS	14
GRÁFICO 5.2: EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.	16
GRÁFICO 5.3: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS EN BARCELONA (2007-2017)	19
GRÁFICO 5.4 EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES (2007-2017).....	20
GRÁFICO 5.5: EVOLUCIÓN DE LA ESTANCIA MEDIA (2007-2017).....	21
GRÁFICO 5.6 INCREMENTO DE LA PRESIÓN TURÍSTICA EN BARCELONA 2005-2016.....	26
GRÁFICO 5.7 PORCENTAJE DE BARCELONESES QUE CONSIDERAN QUE LA CIUDAD ESTÁ AL LÍMITE DE SUS CAPACIDADES VS BARCELONA TIENE QUE CONTINUAR ATRAYENDO MÁS TURISTAS	27

- FIGURAS

FIGURA 5.1: PERFIL DEL TURISTA 2016	22
---	----

- TABLAS

TABLA 5.1 OFERTA HOTELERA 1989-1993 (NÚMERO DE HOTELES)	15
TABLA 5.2 ALOJAMIENTOS HUTS Y AIRBNB AÑO 2016	18
TABLA 5.3: MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO (%).	23
TABLA 5.4 NÚMERO DE REUNIONES Y PARTICIPANTES AÑO 2017.....	25

1 INTRODUCCIÓN

Aunque Ruth Glass definió el término *gentrificación* en el año 1965 como los cambios sociales que se daban en algunos barrios de Londres, es considerado un tema de actualidad en los últimos años, principalmente en los centros de las ciudades que se han visto teatralizados y mueven grandes masas de turistas, como son los ejemplos de las ciudades europeas de Venecia, Madrid o Barcelona.

Se conoce la *gentrificación* como el proceso por el cual la población original de un barrio, generalmente céntrico, se ve progresivamente desplazada por otra de un nivel adquisitivo superior.

Debido a este proceso de *gentrificación* se produce un aumento de los precios en los comercios, revalorización del suelo e incremento de la oferta ilegal de alquileres que perjudica a los antiguos vecinos, lo que conlleva que tengan que abandonar sus viviendas habituales a zonas más periféricas de las ciudades o con menos tráfico de turistas. A todo esto, se añaden la falta de civismo y los ruidos de ciertos grupos de turistas que provocan malestar en los habitantes de la zona; ese rechazo social o aversión de los habitantes hacia los turistas se denomina *turismofobia*, sentimiento ocasionado por la falta de planificación de los destinos.

En el presente Trabajo Fin de Grado se realizará en primer lugar una conceptualización del término y en segundo lugar se analizará el caso particular de la *gentrificación* en Barcelona y el sentimiento de *turismofobia* por parte de los habitantes; se estudiará el sector turístico de Barcelona y su evolución en los últimos años, con el objetivo de conocer las causas y consecuencias del proceso de *gentrificación* así como con las medidas que se están llevando a cabo hoy en día para controlar el turismo y los espacios, dado que es un tema de actualidad que está alcanzando mucha repercusión social.

La elección del tema se debe al interés despertado por la mención elegida en el último año del Grado donde había una asignatura llamada “Turismo de Espacios Urbanos” y se trató la materia.

2 OBJETIVOS

El turismo de masas se está convirtiendo en un problema presente en muchas ciudades españolas como es el caso de Barcelona, debido principalmente a que se sobrepasa la capacidad de carga por la escasa planificación turística y por la gestión de la ciudad como un negocio en sí.

Dada esta situación de actualidad, resulta provechoso el análisis y estudio del proceso de gentrificación en las ciudades así como la influencia en la actividad turística de las mismas, analizando más concretamente el caso de la ciudad de Barcelona.

El presente Trabajo de Fin de Grado, está compuesto de unos objetivos generales y otros más específicos.

En primer lugar, los objetivos generales son, poner en práctica los conocimientos desarrollados a lo largo del Grado mediante la capacidad de búsqueda de datos relevantes que permitan comprender el marco conceptual que se desarrolla.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Aclarar los conceptos y la relación de los términos *gentrificación*, *turistificación*, *turismofobia* y el llamado “síndrome de Venecia”.
- Explicar las causas y consecuencias de la gentrificación para los habitantes de Barcelona.
- Analizar la evolución del sistema turístico actual así como los cambios en la oferta y demanda y la adaptación de la ciudad a los mismos.
- Señalar las consecuencias que tiene para los antiguos habitantes y los diferentes cambios que se han producido en la ciudad para adaptarse a los turistas.

3 METODOLOGÍA

Para la realización de este Trabajo Fin de Grado se han usado fuentes secundarias de información que se encuentran en la bibliografía del mismo. Para el marco teórico se han utilizado:

- Artículos académicos: se han hecho consultas en bases de datos como Dialnet o Google Académico donde se ha realizado una búsqueda, recopilación y lectura de varios textos especializados en la materia donde se incluyen libros, tesis doctorales, memorias y estudios de turismo del Ayuntamiento de Barcelona.

- Otras fuentes: se han consultado blogs relacionados con turismo, webs de estudios turísticos, la web del Ayuntamiento de Barcelona y artículos de prensa.

Por otra parte, se han obtenido datos estadísticos y económicos sobre el impacto del turismo en la ciudad de Barcelona; para ello se han consultado bases estadísticas en Turisme Barcelona y en el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El trabajo consta de dos partes, la primera está enfocada a la conceptualización de la gentrificación de forma general, definición del concepto, causas y consecuencias de la misma para poder entender el tema de estudio. Después, se expone el caso de Barcelona donde relaciona la gentrificación con el sistema turístico de la ciudad.

Por último con la información recogida y analizada sobre el tema de estudio se exponen las conclusiones obtenidas y que responden a los objetivos planteados para el trabajo.

4 CAMBIOS ESTRUCTURALES EN LAS CIUDADES: LA GENTRIFICACIÓN

El término gentrificación tiene casi medio siglo de existencia, es de origen inglés, *gentrification*, deriva del sustantivo *gentry*, referido a la alta burguesía. Es un término que ha sido adaptado al francés (*gentrification*), al portugués (*gentrificação*) y al alemán (*gentrifizierung*).

Fue utilizado por primera vez en el año 1964 por la socióloga Ruth Glass en su libro “London: aspects of change”, refiriéndose a los cambios sociales que se presentaron en algunos barrios obreros de Londres donde se produjo una revalorización a partir de la compra y remodelación de casas victorianas por parte de la clase media o burguesía, lo que produjo que los inquilinos que eran de clases inferiores se desplazaran a otras zonas. Comenzó a notarse cuando la actividad principal dentro de las ciudades dejaba de ser la producción para serlo el consumo. Así definió Glass en su libro el concepto:

“Uno a uno, gran parte de los barrios de la clase trabajadora de Londres se han visto invadidos por las clases medias —altas y bajas. Las degradadas y modestas calles flanqueadas por antiguas caballerizas, convertidas en viviendas, y las casitas —dos habitaciones arriba y dos abajo— fueron sustituidas cuando expiraron los contratos de arrendamiento por elegantes y costosas residencias. Grandes casas de la época victoriana que se habían degradado en el periodo anterior o más recientemente —al ser utilizadas como albergues u ocupadas por varias familias— han subido nuevamente de categoría [...] Cuando este proceso de «gentrificación» comienza en un barrio, avanza rápidamente hasta que todos o la mayoría de los ocupantes iniciales, miembros de la clase trabajadora, son desplazados, así se modifica el carácter social del barrio” (Glass, 1964: xviii en Smith, 2012: 77).

A pesar de que la palabra gentrificación no se usará hasta 1964, es interesante mencionar dos ejemplos previos al uso del concepto producidos en la década de 1950 como son el aburguesamiento en París en el siglo XIX o las diversas mejoras sistemáticas producidas en Londres. Estas medidas fueron llevadas a cabo con el fin de crear oportunidades económicas a partir de la remodelación, para reforzar el control por parte de la burguesía. Estas medidas no alcanzarán un carácter firme hasta el periodo de

posguerra, cuando el transcurso de la gentrificación comenzará a desarrollarse en la mayoría de las grandes ciudades.

Generalmente, la gentrificación se define como la transformación espacial de las áreas urbanas, que implica un desplazamiento de los residentes habituales de clases obreras y bajos salarios hacia la periferia de las ciudades donde los alquileres son más bajos, instalándose en los barrios centrales las clases más acomodadas que huyen de vivir en el extrarradio, transformando así la estructura comercial, fisionomía e imagen del barrio.

En palabras de Neil Smith (2012:74), “la gentrificación es el proceso, comenzaba a explicar, por el que los barrios pobres y proletarios, ubicados en el centro de la ciudad, son reformados a partir de la entrada del capital privado y de compradores de viviendas e inquilinos de clase media —barrios que previamente habían sufrido una falta de inversión y el éxodo de la propia clase media. Los barrios más humildes de clase trabajadora están en proceso de reconstrucción; el capital y la alta burguesía están volviendo a casa, y para algunos de los que se encuentran a su paso, no se trata precisamente de algo agradable”.

Como veremos en el presente Trabajo de Fin de Grado, resulta significativo el estudio de este proceso de desarrollo de las ciudades puesto que, a lo largo del tiempo, tendrá efectos sobre las mismas y la correcta gestión puede complementar un correcto crecimiento económico así como de oportunidades.

4.1 CAUSAS: LOS AGENTES GENTRIFICADORES

Según el estudio realizado por Félix Rojo Mendoza (2016) se ha reconocido en la literatura la existencia de tres tipos de *agentes gentrificadores*, el mercado, el estado y los nuevos propietarios; a continuación haremos una breve síntesis de su significado.

El mercado, principalmente por mediación del sector inmobiliario. En este contexto, el concepto de *rent-gap* de Smith es crucial, este describe cómo se consigue la utilidad producida por la inversión en las zonas deterioradas dando lugar a la gentrificación. La rehabilitación edificatoria a mayores alturas de los espacios deteriorados que las preexistentes de los barrios más céntricos, provoca un incremento directo de los

alquileres y del suelo. Esto genera, en líneas generales, que un barrio degradado y socialmente obrero se convierta en una zona de moda enfocada a una clase social con ingresos más elevados. Los patrones de consumo cambian, y las tiendas de *toda la vida* pasan a ser grandes cadenas de restaurantes, tiendas de ropa de moda etc...pero de las consecuencias de este factor hablaremos con profundidad en el siguiente punto.

En cuanto al Estado, nos referiremos tanto al ámbito Estatal como Local; a nivel Estatal como *agente gentrificador*, debemos destacar sus políticas orientadas a la composición social de las ciudades y de integración social. Así como facilitando los procedimientos de aplicación de la reestructuración urbanística, como es el ejemplo de obras públicas como Madrid Río, que fue una inversión para mejorar el espacio cultural y urbano.

A nivel local, los Ayuntamientos apoyan en su mayoría el proceso de la gentrificación, implementando instrumentos y mecanismos policiales, además de movilizaciones forzadas a través de derribos o expropiaciones de fincas consiguiendo así la expulsión de los grupos marginales.

El tercer factor *gentrificador*, los nuevos propietarios, son aquellos que llegan y cambian las dinámicas del espacio urbano; también conocidos como sujetos *gentrificadores*, se utilizan para ellos términos como *young professionals (yuppies)* o *bourgeois bohemian (bobos)*.

Según Ley (1986, 1996) la gentrificación se debe al surgimiento de la clase media de jóvenes que he mencionado con anterioridad, generalmente con altos estudios y salarios por encima de la media, con una ideología progresista dedicados principalmente al sector terciario. De esta manera son las clases medias, más que los agentes mobiliarios o el Estado, los productores de la gentrificación.

El sector turístico se ve beneficiado y altamente implicado, ya que se aprecia una gran oportunidad de negocio y los edificios rehabilitados se usaran en su mayoría con fin turístico tales como Airbnb, hostels y grandes cadenas hoteleras.

4.2 CONSECUENCIAS DE LA GENTRIFICACIÓN

Tras analizar el origen del término y la gentrificación en el apartado anterior, así como sus principales causas y causantes, se puede considerar la existencia de tres formas de ver el proceso de llegada y/o desplazamiento.

Por un lado, desde la perspectiva del vecino afectado el cual ve este proceso como un desastre. Por otro lado, desde la perspectiva de un ojo crítico, que lo vea como un mal necesario, es decir, que sea consciente de los efectos negativos que el proceso provoca pero que vea a su vez un cambio necesario en el barrio. Finalmente, quien ve una oportunidad para el beneficio privado, donde entra en juego el mercado turístico.

De acuerdo con la clasificación de Ortiz y en sus propias palabras “Estamos entonces ante un hecho urbano que sucede, en la mayoría de los casos, con numerosos agentes implicados y con un resultado positivo en cuanto a recuperación de zonas normalmente degradadas. Pero también con una componente injusta de expulsión de ciudadanos, que con esa diferencia de renta se ven poco a poco desplazados, a la vez que se da una pérdida de la identidad del barrio para dar lugar a una nueva realidad” (Ortiz, 2016).

Es por tanto que realizaremos una tabla con los aspectos positivos y negativos de este proceso, de forma generalizada que resumo en el Cuadro 4.1.

Cuadro 4.1 Aspectos positivos y negativos de la gentrificación

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> - Construcción de ciudades más integradas, con más población activa y menos pobreza en los centros de las ciudades. - Más oportunidades de trabajo para la población que reside en estos barrios. - La integración entre los nuevos residentes y los antiguos crea una imagen de cohesión social positiva. - Disminución de la vivienda inutilizada. - Aumento del valor de las propiedades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Difícil adaptación al nuevo modelo de barrio por parte de los antiguos vecinos. - Desplazamientos sociales debido a los aumentos en los alquileres y valores de propiedades. - Resentimiento y conflicto en las comunidades desplazadas. - Disminución de vivienda económica disponible en las zonas de renovación. - Aumento de población sin techo. - Desplazamiento de usos industriales y comerciales y aumento de los costos de los servicios. - Las transformaciones comerciales producen la exclusión de las actividades económicas tradicionales. - A pesar de que este proceso comience en un barrio o sector de la ciudad, suele multiplicarse por el espacio urbano.

Fuente: Elaboración propia

4.3 TURISTIFICACIÓN, TURISMOFOBIA Y SÍNDROME DE VENECIA

Por otro lado, a raíz de la *gentrificación* de los barrios y ciudades, así como consecuencia de la proliferación de alquileres de viviendas en las zonas más concurridas de las urbes con fines turísticos y el reemplazo de bares, mercados tradicionales o tiendas de toda la vida por boutiques y numerosas franquicias, surge otro término paralelo llamado, *turistificación*.

Este término hace referencia a las zonas o ciudades que están inundadas por el turismo de masas, dando lugar a la pérdida de identidad de los destinos urbanos, ya sea el de los

comercios, servicios, medios de transporte... provocando el rechazo hacia el turismo de los residentes habituales, al verse extranjeros en su propia ciudad. Este fenómeno, que actualmente se considera que está derivando serios problemas, afecta significativamente a ciudades como Venecia, Barcelona o Ibiza entre otras.

La *turistificación* se puede concebir como la consecuencia y al mismo tiempo el objetivo de las políticas *gentrificadoras* de la Administración. Un barrio *gentificado* es igual de atractivo para las clases medias que para los turistas. Los visitantes ven en estos enclaves ya *gentificados* una parada obligatoria porque les son vendidos como contenedores de lo auténtico, de la esencia. Son, supuestamente, la conjunción perfecta entre ocio, cultura y patrimonio (Ardila Peña, 2015).

A causa de la *turistificación* y la llegada masiva de turismo, se produce una aversión o rechazo social hacia al turismo por parte de los ciudadanos locales; esto se conoce como *turismofobia*. Principalmente, está ocasionada por la falta de planificación de los destinos turísticos y sobre todo aparece cuando la capacidad de carga de un destino se ve rebasada, es decir, cuando a un destino llega tal exceso de turistas que el recurso medioambiental llega a deteriorarse, lo que produce una posición de rechazo e incomodidad por parte de los residentes.

El miedo al turismo por parte de los locales es conocido también como el “síndrome de Venecia”. La ciudad italiana es el caso más paradigmático, ya que cada vez quedan menos habitantes y hay más turistas, estimándose que para el año 2030 no quede ningún veneciano en la ciudad. Esto es debido a la decadencia de la calidad de vida de los habitantes, la falta de servicios básicos para la ciudadanía y un ayuntamiento que solo mira por el turista y no propone soluciones a lo que está ocurriendo, provocando así, que Venecia sea un parque temático en el cual hay cada vez menos vida local.

En España, las zonas más afectadas por la *turistificación* son las Islas Baleares, principalmente Ibiza y Mallorca, donde los escasos y elevados alquileres a locales están dejando las islas sin población. Algunas zonas de Madrid como Chueca, Lavapiés y Malasaña están perdiendo su singularidad y sus habitantes, así como la ciudad de Barcelona con 1,6 millones de habitantes y 11 millones de turistas aproximadamente, que analizaremos con más profundidad en el presente trabajo.

5 EL CASO DE BARCELONA

5.1 SISTEMA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BARCELONA

La ciudad de Barcelona está de moda, es una realidad y afirmación continua en los medios de comunicación enfocada a todos los aspectos. Este hecho no ha sido alcanzado por casualidad y el turismo es un sector que tiene mucho que ver.

Actualmente, Barcelona es uno de los destinos turísticos más elegidos de España, batiendo año tras año su récord de visitantes. En cambio, el aumento continuo de visitantes no siempre afecta positivamente a la ciudad y mucho menos a los vecinos. La ciudad ha pasado de ser una ciudad con turismo a ser una ciudad turística, es decir, el turismo ha pasado de ser una actividad complementaria para convertirse en un componente muy importante de su sistema económico, que no pasa por alto a sus ciudadanos y que ha marcado a todos los elementos la ciudad.

Tras haber expuesto de manera general la gentrificación y los problemas que ello conlleva, se analizará en este capítulo del trabajo el caso concreto de la ciudad de Barcelona con el fin de observar si la misma está teniendo consecuencias derivadas de la gentrificación y como se ha llegado a este proceso de ciudad turística.

Por tanto, se procederá a llevar a cabo un análisis del sistema turístico de la ciudad observando la evolución de la misma a lo largo de los años.

5.1.1 Evolución y actualidad del espacio turístico

La ciudad de Barcelona ha sufrido muchos cambios a lo largo de su historia, tanto sociales y políticos como estructurales. En el presente apartado, analizaremos aquellos que atañen al sector turístico o los que han tenido relevancia en el mismo.

Aunque el boom turístico en Barcelona se produce tras los Juegos Olímpicos de 1992 y la creación del Consorcio de Turisme, se harán hincapié a ciertos hechos importantes en la ciudad de años atrás.

En primer lugar, el 5 de octubre de 1848 se llevó a cabo la primera prueba de lo que sería pocos días más tarde la inauguración de la primera línea ferroviaria en la península, que unía Barcelona con Mataró, produciéndose un paso histórico en la ciudad que la sitúa, entonces, como puntera en cuanto a comunicaciones, debido a que en el año 1865 estarían ya construidos 780 kilómetros de vías en Cataluña.

En el año 1888 se inaugura la Exposición Universal y posteriormente en 1929 la Exposición Internacional situada en Montjuic, pero no fue hasta tres años más tarde, en 1932, cuando se formó oficialmente la sociedad Fira Internacional de Barcelona, declarada de utilidad pública por la Generalitat, forjando así una proyección internacional al turismo de grandes eventos.

El mundo de los transportes no para de crecer y las primeras noticias que se encuentran del aeropuerto de Barcelona-El Prat son del año 1916, cuando sus instalaciones estaban situadas en El Remolar.

No es hasta un par de años más tarde que se construye El Prat, llevándose a cabo numerosas obras acrecentando así el número de destinos, habiendo vuelos de más largas distancias e incrementándose el número de viajeros año tras año. En la actualidad, el aeropuerto cerró 2017 con 47,3 millones de viajeros siendo uno de los grandes aeropuertos europeos.

Tras décadas de estancamiento y desarrollo moderado en España, el Plan de Estabilización en el año 1959, desató un crecimiento exponencial y un carácter atractivo para el turismo debido a la apertura comercial y financiera del país.

El turismo comenzó a considerarse una gran fuente de ingresos y Barcelona supo adaptarse a la demanda de turismo de “sol y playa” de la época, aunque hoy en día no destaque por ello y ofrezca una amplia gama de tipologías turísticas.

Entre los años 1981 y 1982 se produce un descenso significativo del turismo en Barcelona, probablemente producido por un cambio de gustos y de mentalidad así como de cambios políticos y económicos tras el fin de la dictadura franquista.

Es un periodo de 10 años en los que Barcelona se expone a una serie de remodelaciones para adaptarse al cambio de demanda, como son por ejemplo: el Plan el Liceo al Seminario en la zona norte del barrio del Raval, un cambio significativo a manos de

Luis Clotet y Oscar Tusquets, así como los Planes Especiales de Reforma Interior llevados a cabo en las zonas de Barceloneta, Raval y el Sector Oriental entre los años 1982 y 1986.

Pero sin duda, el evento que más ha marcado como ciudad turística a Barcelona fue la posibilidad de acoger en la ciudad los Juegos Olímpicos de 1992. Su duración fue del 25 de julio al 9 de agosto y fue debido a estos 16 días que duraron las competiciones, el motivo suficiente para remodelar previamente por completo la Ciudad Condal. Llevándose a cabo construcciones de un gran número de instalaciones deportivas en cuatro áreas de forma más significativa: Vall d'Hebrón, Diagonal, Parc del Mar y Montjuïc, así como la construcción de numerosos hoteles para alojar a todas las personas que disfrutaron y participaron en las olimpiadas. Estos juegos ayudaron a la ciudad a hacerse un lugar en el mapa y a ser reconocida mundialmente la ciudad de Barcelona.

Un año más tarde, en 1993, se creó el Consorcio Turisme de Barcelona por el propio Ayuntamiento junto con la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona y la Fundació Barcelona Promoció.

De los 134 componentes que comenzaron con la iniciativa de juntar los esfuerzos públicos con los privados con fines promocionales de la propia ciudad en el ámbito turístico, a día de hoy se ha pasado a los 833 miembros. Esto se debe a los grandes logros como la internacionalización de la ciudad y la diversificación de tipologías turísticas.

Los principales objetivos del Consorcio de Turisme a la hora de crear programas y planes turísticos, son los siguientes:

1. La difusión de una imagen de Barcelona como destino turístico, tanto para el ocio como para los negocios mediante un buen marketing.
2. El Consorcio se responsabilizará de la gestión económica así como de los recursos humanos de todos los programas que se lleven a cabo.
3. Se creará una estrategia comercial y una correcta implantación de los nuevos proyectos.
4. Promocionar las distintas actividades mediante la prensa y medios de comunicación tanto de ámbito nacional como internacional.

5. Adaptarse a la informática y nuevas tecnologías para la innovación de nuevos programas y proyectos desde un punto de vista más tecnológico.

Durante los años 2008 al 2011 se llevó a cabo la elaboración del Programa de Actuación Municipal (PAM) y de los Programas de Actuación de los Distritos (PAD); uno de los acuerdos del PAM era la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo cuya realización correría a cargo de Turisme de Barcelona. La elaboración del proyecto se divide en dos grandes fases; la primera es la que corresponde al Diagnóstico Estratégico y la segunda concretará la Propuesta Estratégica.

En octubre de 2010, se presenta el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015, el cual prevé descentralizar la actividad turística interior y exterior y mejorar la financiación. En la parte de descentralización interior, pretende descongestionar barrios como el Eixample e impulsar otras zonas como Montjuic, creando nuevas rutas y gestionando los recursos ya existentes.

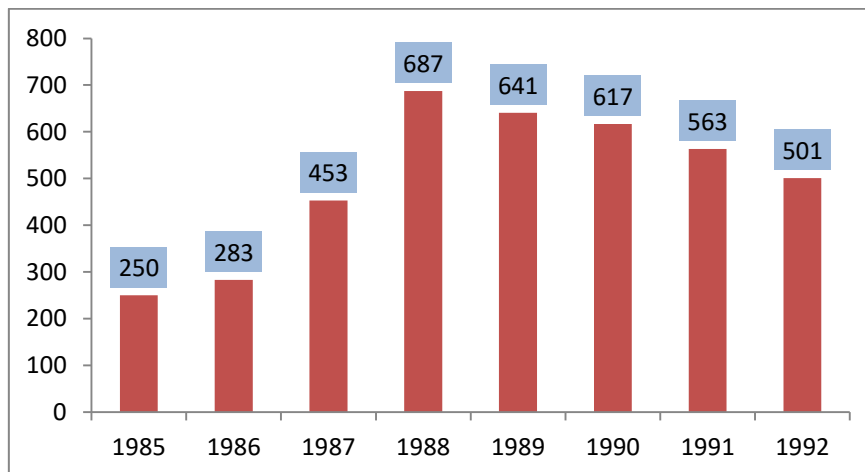
Finalmente, el Plan Estratégico de Turismo 2020 que fue diseñado entre el 2015 y 2016. Durante la elaboración del mismo se ha producido una intensa fase de reflexión y de conocimientos sobre la implicación de la actividad turística en la ciudad y los efectos derivados de ella. Se pretende con el mismo gestionar la ciudad teniéndose en cuenta el resto de necesidades de la misma.

5.1.2 Evolución y actualidad de la oferta de alojamientos.

El sistema turístico de la ciudad y los planes para su evolución turística han ido prosperando con el paso del tiempo, acompañado de los cambios políticos, económicos y sociales. Así mismo, la oferta de alojamientos ha ido variando adaptándose a los cambios de la ciudad, como se refleja en el presente apartado, donde se analiza la fuerte expansión producida en los últimos años pese a los efectos derivados de crisis económica.

Como se ha hecho referencia en el anterior apartado, los Juegos Olímpicos supusieron un antes y un después para la ciudad; por tanto, que se analizará la evolución de la oferta en el Gráfico 5.1 de alojamientos entre los últimos años del siglo XX.

Gráfico 5.1: Evolución de la oferta de alojamientos



Fuente: elaboración propia, datos obtenidos del Ajuntament de Barcelona.

Aunque en el Gráfico 5.1 se aprecia un claro aumento en el número de alojamientos, en el año 1989 se puede valorar un descenso en la oferta, debido principalmente a la desaparición de las Residencias Apartamento, de las Casas de Huéspedes y de las Fondas como muestra la Estadística Municipal del año 1993 de la ciudad (Tabla 5.1)

Tabla 5.1 Oferta hotelera 1989-1993 (número de hoteles)

	1989	1990	1991	1992	1993
TOTAL	641	617	563	501	476
Hoteles	55	70	103	119	144
Hoteles	9	11	10	10	9
Apartamento					
Residencias	2	1	-	-	-
Apartamento					
Hoteles	38	31	12	10	-
Residencia					
Hostales	18	17	3	3	-
Hostales	116	101	28	20	-
Residencia					
Pensiones	107	113	344	324	321
Casas de	281	261	63	15	2
Huéspedes					
Fondas	15	12	-	-	-

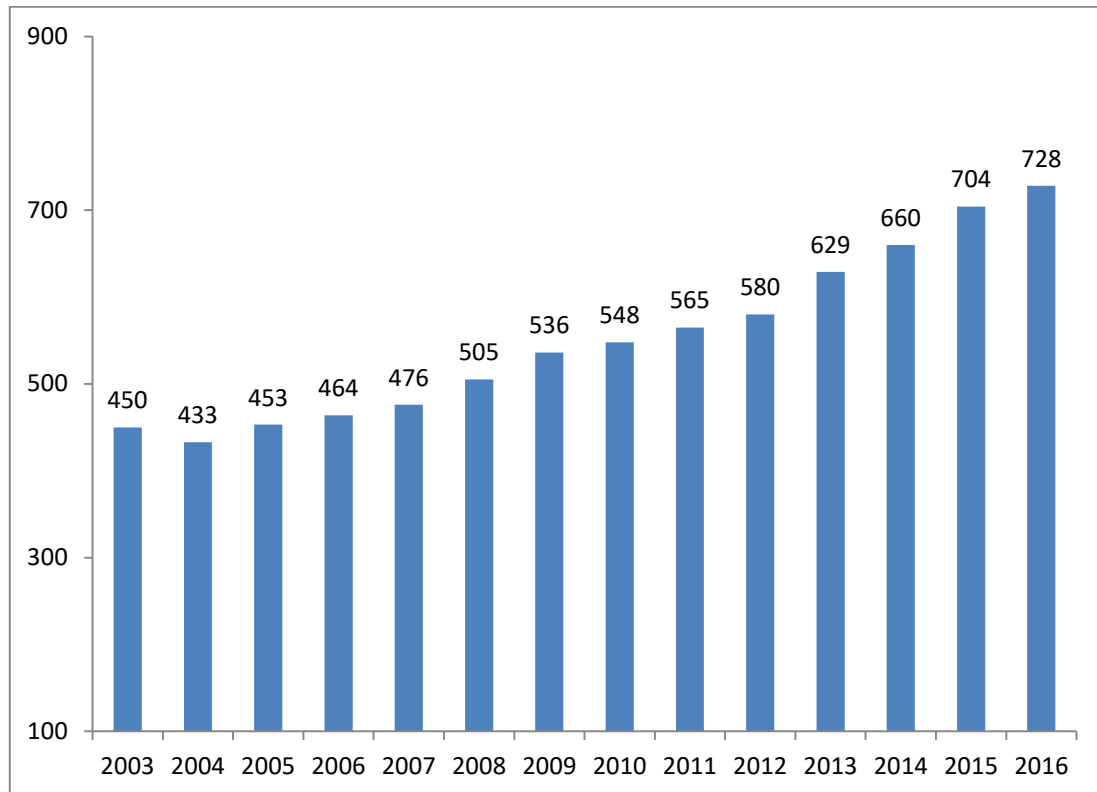
Fuente: Estadística Municipal, Ajuntament de Barcelona.

La RAE define las fondas como “establecimiento de hostelería de categoría inferior al hostel que ofrece alojamiento y servicios de aseo y comedor a cambio de dinero.” Es por tanto, que la ciudad condal una vez más supo adaptarse a la demanda del nuevo siglo y la modernización sufrida en la ciudad. Mientras el número de hoteles no paraba de crecer, pasando de 55 hoteles en el año 1989 a 144 en el año 1993, desaparecían otros tipos de alojamientos dejando paso a estos grandes gigantes dominantes en ciudades de mayor tamaño y volcado a la internacionalización, capaces de albergar a grandes masas de clientes.

El censo hotelero de la ciudad surge como resultado de un proceso de construir nuevos hoteles, pero también de cerrar o mejorar muchos otros de baja categoría que han tenido que adaptarse a la nueva demanda. En cuanto a la composición de este censo hotelero, cabe destacar que en los últimos veinte años la cualificación de estos alojamientos ha variado y actualmente más del 60% de las plazas pertenecen a cuatro y cinco estrellas. Así mismo, se ha doblado la oferta de hoteles de lujo pasando de ser 13 a 26 en la última década.

A día de hoy, el último dato que se tiene sobre el número de alojamientos hoteleros del año 2016 según el Instituto de Estadística de Catalunya es de 728 que ha crecido un 21.38% desde el año 2003 como se observa en el Gráfico 5.2.

Gráfico 5.2: Evolución de la oferta de alojamientos.



Fuente: Ajuntament de Barcelona (Elaboración propia).

La gran parte de los establecimientos están situados en el centro de la ciudad, concretamente en los barrios de Ciutat Vella, el Ensanche (*Eixample*) y @22 (Poblenou). El resto de barrios, aunque más descongestionados, también están aumentando. Esto se debe gracias a dos factores especialmente, el primero es el creciente interés de los turistas por conocer otras zonas y el segundo, la facilidad de movilidad que ofrece el transporte público.

Pero sin duda, dentro de la oferta el mayor incremento en los últimos 10 años son los apartamentos turísticos, concretamente desde la existencia del portal *Airbnb* y con ello una gran problemática, los alquileres ilegales de apartamentos que trataré en el último apartado del presente trabajo.

El Ayuntamiento de Barcelona realizó un estudio llamado “*Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona*” en el cual se analizan los impactos económicos del alojamiento turístico en el mercado de las viviendas de uso turístico.

En el trabajo se habla de dos tipos de viviendas, en primer lugar se habla de Habitatge d'Ús Turístic (HUTs), que son las que cuentan con licencia para llevar a cabo actividades de uso turístico y en segundo lugar, las que no tienen licencia y que por tanto no están incluidas en las estadísticas oficiales.

Dentro de las viviendas HUTs, nos encontramos con tres tipos de situaciones: en primer lugar están los edificios en propiedad vertical, que pertenecen a un solo propietario; también nos encontramos con edificios en propiedad horizontal donde son diferentes propietarios los que ocupan el terreno y finalmente, las propiedades horizontales que están dispuestas en diferentes lugares cuya posesión es de un mismo propietario.

Los propietarios de estos pisos ven el beneficio más rápido y el mayor rendimiento del mismo mediante el alquiler de uso turístico que con el alquiler de vivienda. Los principales motivos son:

- Minorar el gasto de mantenimiento.
- No hay problemas de impagos puesto que se paga por adelantado.
- Se tiene el control sobre la disponibilidad del mismo, precios y normas de la casa.
- Posibilidad de cambiar la vivienda en función del mercado ya que aunque pase a ser de uso turístico no pierde la condición de vivienda.

En el año 2016 había registradas 9600 viviendas de uso turístico con licencia (HUTs) siendo el número de viviendas en el portal de *Airbnb* según *Inside Airbnb* en la tipología de “casa entera” de 8149. Si bien es verdad, se explica en el estudio que existe un solapamiento entre las casas de *Airbnb* y las HUTs del 23% como se puede observar en la siguiente tabla, es por tanto que el número total de viviendas es de 15.881 de las cuales 6.275 carecen de licencia.

Tabla 5.2 Alojamientos HUTs y Airbnb año 2016

HUT's	Casa o Apartamento anunciado en Airbnb	Corrección (23%)	Total
9.606	8.149	1.874	15.881

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

Hay que tener en cuenta que en el trabajo solo se habla del portal *Airbnb* y que hay más portales, pero nos podemos hacer una idea aproximada del número de viviendas que ejercen uso turístico sin poseerlo.

5.1.3 Evolución y actualidad de la demanda turística

Tras analizar la oferta turística de Barcelona voy a hacer un análisis cronológico para la evolución de la demanda turística, tanto cuantitativamente en números de turistas, estancia y pernoctaciones como la evolución del perfil del turista y sus gustos que con el paso del tiempo se han visto modificados significativamente.

Los datos más antiguos de la llegada de turistas a España se remontan a 1929 con las exposiciones de Barcelona y Sevilla donde llegaron viajeros de EEUU, Reino Unido, Francia, Italia... Años más tarde debido a la crisis económica, la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial el crecimiento turístico se ralentizó y no fue hasta 1950 que comenzó a recuperarse convirtiéndose en uno de los destinos favoritos de costa.

Los primeros turistas en llegar a la ciudad condal fueron en el año 1953, en la localidad costera de Calella la cual fue pionera en recibir grupos organizados de visitantes durante las décadas de 1950 y 1960 llegando a convertirse en la mayor receptora de turistas europeos. Es desde entonces que Calella se aprovechó del empujón turístico y comenzó un camino de transformación en todos los niveles y el régimen franquista aprovechó esta situación para dar imagen de apertura internacional.

El perfil del turista que llegó a Calella hace 60 años y que se movía por aquel entonces, era un turista de alto poder adquisitivo debido a que por aquella época no podía cualquiera permitirse el coste de un viaje, pero el perfil del turista ha ido variando con el paso de las décadas y a día de hoy viajar es más asequible.

Para saber con aproximación el número de viajeros que llegan a Barcelona y su perfil, me remito a las estadísticas más recientes. El número de viajeros en establecimientos

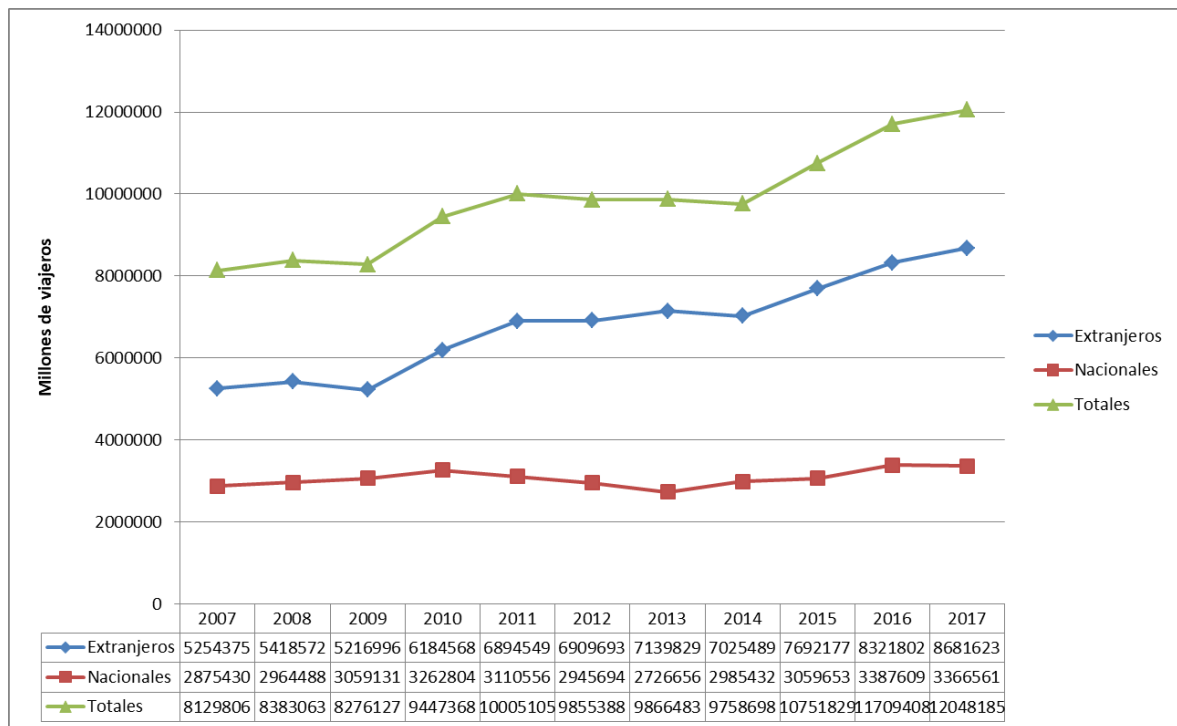
hoteleros y las pernoctaciones en los mismos han evolucionado de forma positiva, lo que avala la conducta expansiva de la ciudad.

El número de viajeros en establecimientos hoteleros en el año 1990 fue de 1.7 millones, con 3.8 millones de pernoctaciones, en el 2000 se superaron los tres millones de viajeros y 7.7 millones de pernoctaciones y en el último dato que he obtenido de 2017 se alcanzan los 20 millones de viajeros.

En el siguiente gráfico se puede observar un continuo crecimiento del número de turistas en Barcelona sobre todo extranjeros permaneciendo sin apenas variación los turistas de carácter nacional.

Se ha producido un cambio sustancial en relación con el origen de los turistas, mientras hace 20 años eran mayoritariamente de origen nacional, actualmente apenas comprende el 20% del total del flujo (Gráfico 5.3) siendo la parte restante turistas internacionales mayoritariamente procedentes de Europa, concretamente de países como Francia, Italia, Inglaterra o Alemania.

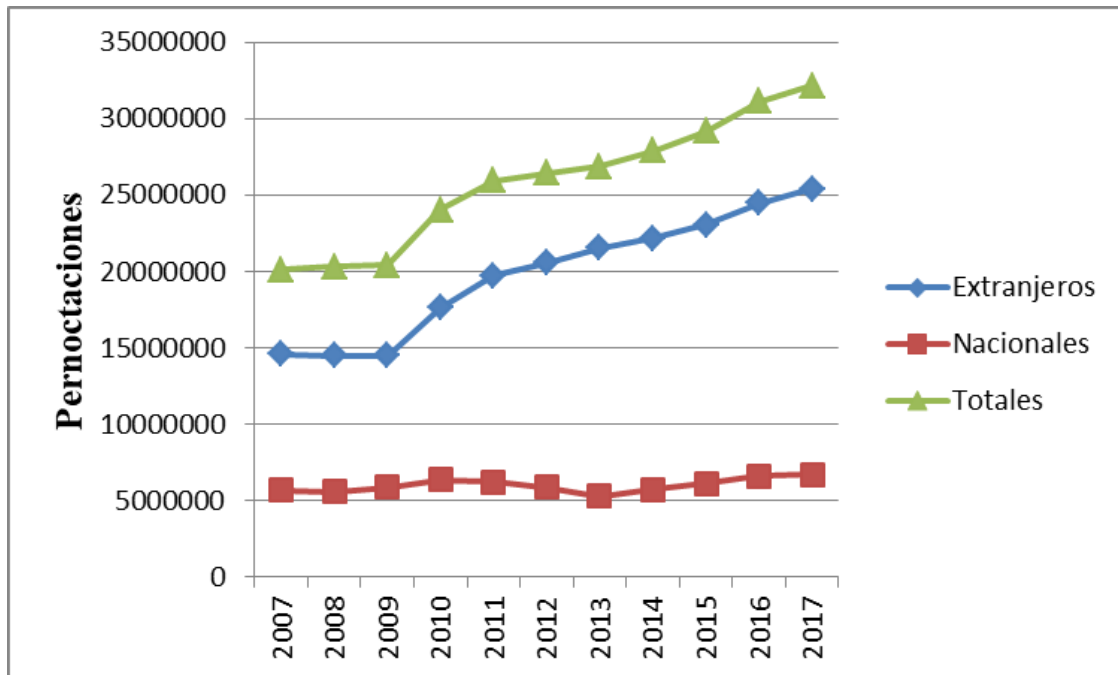
Gráfico 5.3: Evolución del número de turistas en Barcelona (2007-2017)



Fuente: INE (elaboración propia).

Lo mismo sucede con las pernoctaciones (Gráfico 5.4) cuyo número es casi el doble entre 2007 y 2017 donde al igual que el número de visitantes mientras los turistas extranjeros aumentan, los nacionales se mantienen.

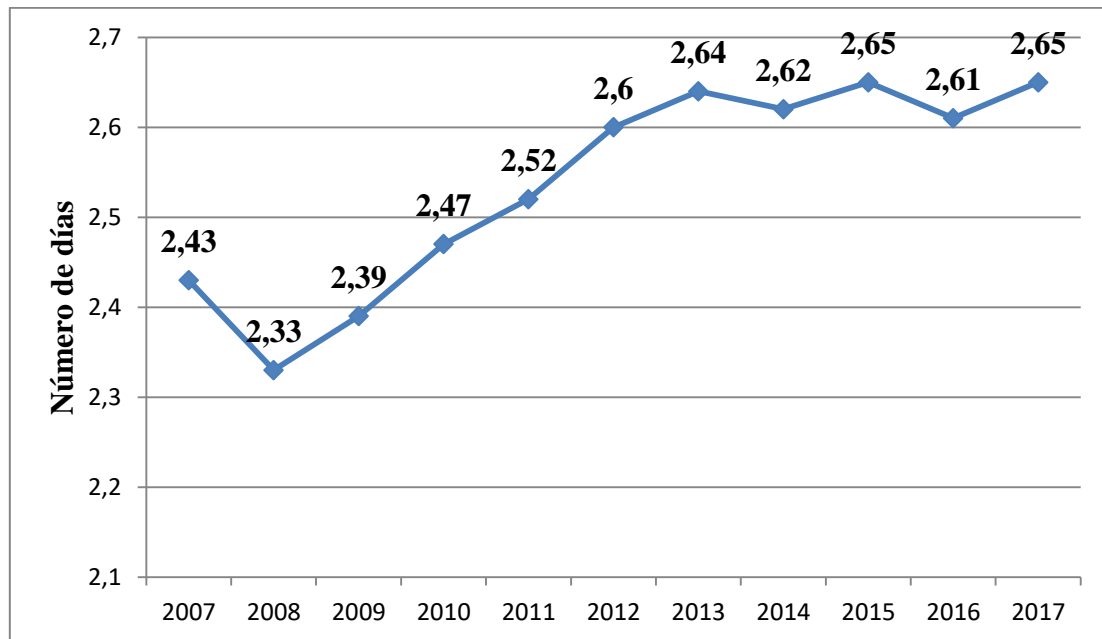
Gráfico 5.4 Evolución de las pernoctaciones (2007-2017)



Fuente: INE (Elaboración propia)

Durante los últimos años hay una tipología de turistas que han aumentado significativamente pero que no pernoctan en los establecimientos de la ciudad, los cruceros. Este flujo ha aumentado alcanzando un récord de 3 millones de turistas.

Otro factor a considerar es la estancia media que permanecen los turistas en la Ciudad Condal, la estancia media ha superado los dos días y medio como se puede observar en el Gráfico 5.5. El grado de ocupación por habitaciones en Barcelona para el año 2016 fue de 78.9%.

Gráfico 5.5: Evolución de la estancia media (2007-2017)

Fuente: INE (Elaboración propia)

En cuanto al perfil del turista, gracias a la Encuesta de Caracterización de los turistas podemos considerar el siguiente perfil en Barcelona:

- El 28% corresponde con la figura de un hombre de entre 35 y 44 años y el 14% entre hombres de 45 y 54 años.
- El 32% viajan acompañados de su pareja, o de la pareja e hijos (17.0%), siendo el porcentaje que viajan solos de 19.8%.
- Mayoritariamente viajan por ocio y vacaciones el 65.1% frente al 25.8% que viajan por trabajo.
- El 67.6% de los visitantes lo han hecho por cuenta propia, el 17.5% se lo organiza la empresa y finalmente el 12.1% adquieren un paquete turístico.
- El 49.7% utiliza Internet u otras redes sociales para obtener información sobre el destino, seguido de los consejos de familiares, amigos o conocidos con un 18%.
- Las páginas webs más consultadas se encuentra Booking y Google.
- Los alojamientos hoteleros son la tipología que más destaca con un 76.7% y seguidos de los campings y turismo rural, pero estas dos tipologías no se dan en la propia ciudad sino en los entornos.
- El 50% de los visitantes repiten la visita.

La Figura 5.1 que hemos elaborado constituye el perfil del turista del año 2016 cuya información ha sido obtenida en el Departamento Estadístico del Ayuntamiento.

Figura 5.1: Perfil del turista 2016



Fuente: Diputació Barcelona (Elaboración propia)

5.1.4 Influencia de los medios de transporte

Como explicamos en la evolución del espacio turístico, si por algo está caracterizada la ciudad de Barcelona es por su buena comunicación por tierra, mar y aire siendo sus inicios la llegada del ferrocarril a la misma. Además, hemos de considerar su privilegiada ubicación en el mapa, en la cuenca mediterránea y junto a Francia.

Las infraestructuras de transporte se han ido renovando con el tiempo y han significado un gran cambio de escala como por ejemplo las mejoras continuas en el aeropuerto y la

llegada de tren de alta velocidad, modificando las dimensiones de la ciudad e interconectándola a los grandes mercados del mundo.

Como se puede observar (Tabla 5.3) los turistas llegan principalmente por avión con destino el Aeropuerto de Barcelona que se sitúa en el municipio de El Prat de Llobregat a 12 kilómetros del centro de la ciudad. En el año 2017 pasaron por el mismo 47.284.500 pasajeros batiendo el récord histórico, un 7.1% más que en 2016.

Tabla 5.3: Medio de transporte utilizado (%).

	1990	2000	2010	2011	2012	2013
Avión	61,4	68,4	75,8	75,7	74,4	76,1
Ferrocarril	11,0	10,4	11,2	12,5	12,5	9,5
Coche	22,8	15,0	8,4	7,3	7,4	9,4
Autocar	2,8	3,8	3,8	4,3	5,5	4,7
Otros	2,0	2,3	0,8	0,2	0,2	0,3

Fuente: Turisme Barcelona

Las conexiones ferroviarias interurbanas son extensas y a día de hoy se dispone de nueve estaciones de ferrocarril en la ciudad, las cuales enlazan Barcelona con otros lugares del espacio.

Además, la llegada del AVE a manos de ADIF, supuso que a partir del año 2008 se pudiera realizar el recorrido Barcelona-Madrid en 2 horas y 30 minutos. Finalmente, en el año 2013 se abrió el trayecto entre Barcelona, Girona y Figueras que conectaría la ciudad condal con el Tren de Gran Velocidad Francés siendo posible a día de hoy viajar a París en menos de siete horas. Esto hace que el ferrocarril sea el segundo medio de transporte más utilizado.

En cuanto al autocar, a día de hoy hay un total de 12 líneas interurbanas de largo recorrido dentro del Estado español, 17 dentro de Cataluña y 10 regulares internacionales, lo que facilita la llegada de turistas de todas partes convirtiéndose en el cuarto medio de transporte más utilizado por detrás del vehículo propio.

Por otra parte, el Puerto de Barcelona, como muestran las estadísticas ofrecidas por el Ayuntamiento de la ciudad, se ha convertido en el primer puerto de cruceros más significativo del Mar Mediterráneo y europeo; además, está posicionado como puerto

base de las compañías de cruceros más importantes. Actualmente, está formado por siete terminales de pasajeros con la posibilidad de acoger hasta nueve barcos al mismo tiempo. Los pasajeros de cruceros suponen un 8% de los turistas que llegan a la ciudad.

5.1.5 Evolución y actualidad de las tipologías turísticas.

Otro de los elementos importantes y además necesarios para que la demanda continúe prosperando, es la existencia de diferentes tipologías turísticas y de oferta complementaria. Como mencioné cuando explicaba el perfil del turista, los cambios de tendencias de los mismos han hecho que surjan nuevas tipologías turísticas.

En el año 1929 Carles Soldevilla escribe la “guía de guías” de Barcelona, un libro llamado “*L’art d’ensenyar Barcelona*”. Mientras que los primeros viajaban con gustos e intereses culturales y acudían atraídos por la belleza de las obras de Gaudí, palacios, conventos... en la actualidad, es muy amplia la oferta turística que ofrece la ciudad.

A día de hoy Turisme de Barcelona elabora numerosas acciones de promoción de las cuales son partícipes las numerosas empresas de la ciudad con el fin de dar respuesta a la actual demanda. Los programas que lleva a cabo en función de la tipología de turista son las siguientes.

- **Barcelona Convention Bureau:** es un programa cuyo objetivo es la promoción de la ciudad como sede de congresos, viajes de incentivo, convenciones y grandes actos así como para asesorar a profesionales interesados en realizar cualquier tipo de reunión en la ciudad. Nació en 1983 y se convirtió pionera en el Estado español, lo que ha otorgado un gran reconocimiento de la ciudad siendo hoy en día Barcelona la 1ª ciudad del mundo en número de delegados y la 3ª en número de congresos internacionales según la International Congress and Convention Association (ICCA).

Acorde con la Tabla 5.4, en el año 2017 hubo un 8.1% más de actividad, acogiendo un total de 2.134 citas con un impacto económico de 1.851 millones de euros.

Tabla 5.4 Número de Reuniones y Participantes año 2017.

NÚMERO DE REUNIONES		NÚMERO DE PARTICIPANTES	
Congresos	433	Congresos	382.191
Jornadas y cursos	118	Jornadas, simposios y cursos	21.482
Convenciones e incentivos	1.573	Convenciones e incentivos	271.217
TOTAL	2.134	TOTAL	674.890

Fuente: Barcelona Turisme Convention Bureau

- Comercio y Barcelona Shopping Line: la ciudad de Barcelona es un escaparate continuo de marcas internacionales y de prestigiosos diseñadores. El conocido como Shopping Line es uno de los más grandes ejes comerciales al aire libre de Europa, 5 kilómetros de tiendas que convierten a la ciudad en un escaparate abierto al mundo donde el comercio no es el único protagonista, el entorno arquitectónico y cultural hacen que este gran paseo sea único. Se extiende a lo largo de la Avenida Diagonal hasta el puerto, pasando por Passeig de Gràcia y el centro histórico, en la Rambla.

- Barcelona Sports: en el siglo XIX la ciudad fue líder en introducir en España numerosas especialidades deportivas. Desde entonces, Barcelona Sports promociona los principales actos de dimensión incluso internacional que se desarrollan en la misma. A lo largo del presente año, Barcelona se convertirá en sede de grandes competiciones gracias a sus instalaciones y a sus espacios al aire libre que permitirán acoger eventos deportivos de todas las clases.

- BCNSHOP: en la página web se puede comprar cualquier tipo de ticket, sin tener que hacer cola y con numerosos descuentos en los 277 productos que se ofertan.

- Barcelona cultura y ocio: este programa posiciona la ciudad como destino cultural y rentabiliza el buen posicionamiento de la oferta de la misma así como genera nuevos productos turísticos. Entre sus principales objetivos se encuentran el atraer nuevos visitantes con intereses culturales y de ocio y canalizar la demanda hacia los establecimientos que se integren en el programa.

- Barcelona gastronomía: la idea de esta campaña surge tras el gran potencial culinario que posee la ciudad, lo que la ha convertido en un reclamo turístico convirtiéndose también, en uno de los más importantes motores a nivel económico. El 30% de los gastos que los turistas hacen son de la oferta gastronómica y en el año 2001 los turistas dejaron 385 millones de euros en la restauración.

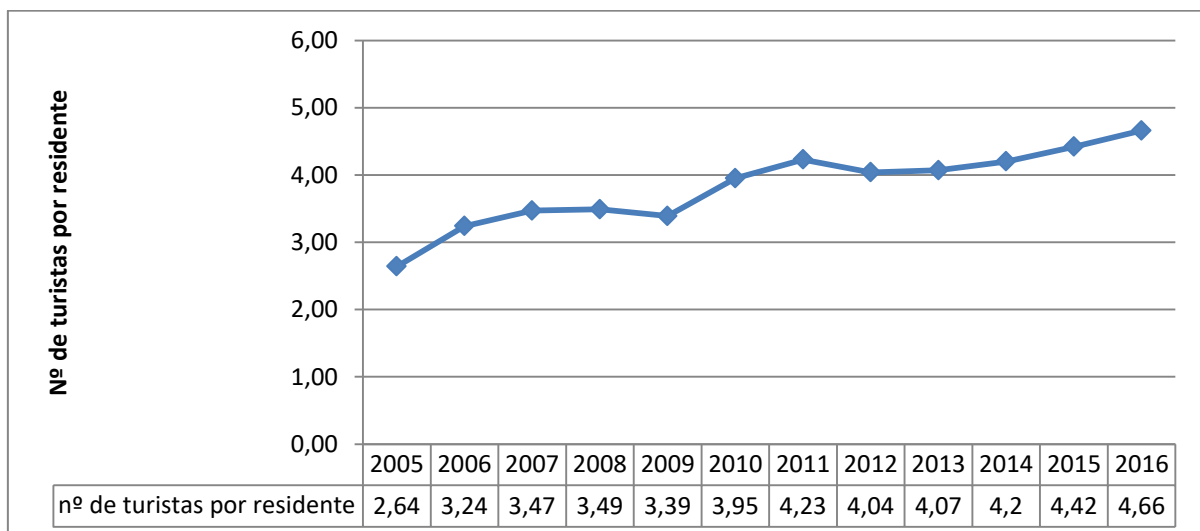
- Barcelona Premium: es un programa destinado a mostrar la ciudad como un destino exclusivo repleto de experiencias únicas, de lujo y diseñadas para disfrutar de la ciudad de la forma más personal y única posible.
- Barcelona Sustainable tourism: la ciudad se ha convertido en la primera ciudad a nivel mundial con certificación Biosphere, reconoce el destino como sostenible y gestiona la actividad turística de una forma responsable.

5.2 SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA TURÍSTICO: PROBLEMÁTICA ENTRE VECINOS Y TURISTAS.

En el punto anterior, se ha tratado la evolución y características del sistema turístico que ofrece la ciudad donde hemos llevado a cabo el estudio del constante auge de Barcelona como destino turístico tal y como reflejan las estadísticas.

La evolución continuada y desmesurada de turistas y actividades dedicadas al ocio y disfrute, llevan consigo problemas de convivencia entre los habitantes de la ciudad y los turistas. La presión turística en los últimos años en Barcelona se ha visto altamente incrementada (Gráfico 5.6) llegando a 4.66 turistas por cada residente en el año 2016, es por tanto que se lleva a cabo la reflexión de la compatibilidad del sistema turístico con los habitantes, desde una forma de ver tanto positiva como negativamente.

Gráfico 5.6 Incremento de la presión turística en Barcelona 2005-2016

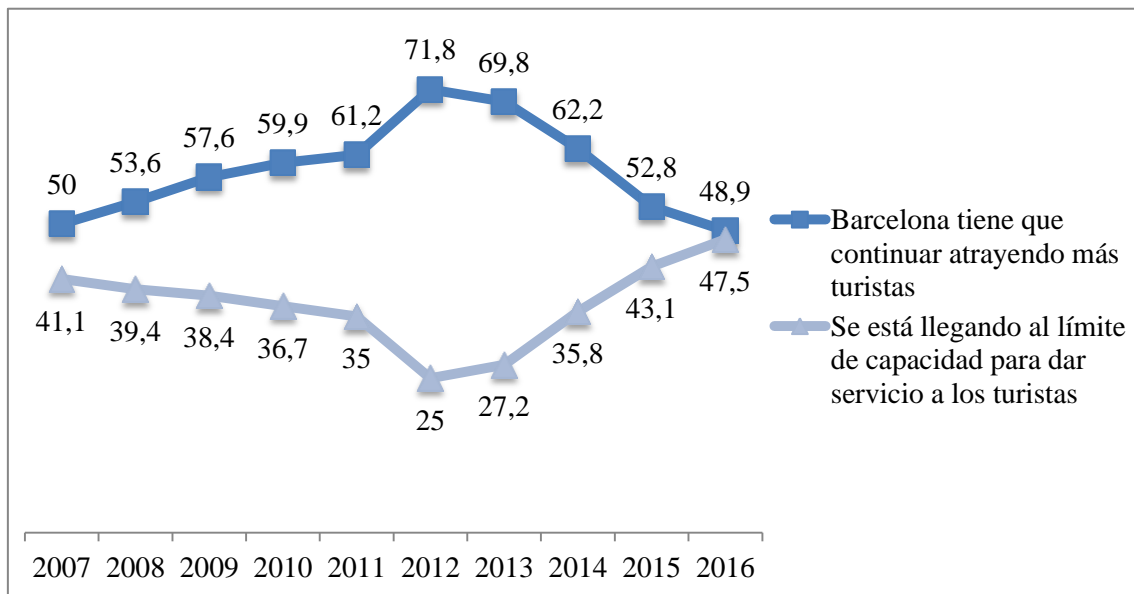


Fuente: INE (elaboración propia)

Según muestra la Encuesta de Percepción del Turismo de Barcelona que realiza el Ayuntamiento de la ciudad, la valoración en general del turismo por parte de los habitantes es positiva, un 87% de ellos considera que el turismo es una actividad beneficiosa para la misma. Si bien es cierto que esta aprobación no está exenta de matices, principalmente por los inconvenientes que genera el fuerte crecimiento de la demanda turística en los últimos años.

Como se muestra en el Gráfico 5.7, cuya información ha sido obtenida de la Encuesta de Percepción del Turismo elaborada a manos del Ayuntamiento de Barcelona, el 48.9% de los barceloneses considera que la ciudad está al límite de capacidad para ofrecer servicios a los turistas, los vecinos más descontentos son los que pertenecen a los barrios más céntricos, Gràcia y Ciutat Vella, que consideran que la convivencia con los turistas es muy difícil y que a día de hoy la oferta de alojamientos es demasiado amplia.

Gráfico 5.7 Porcentaje de barceloneses que consideran que la ciudad está al límite de sus capacidades vs Barcelona tiene que continuar atrayendo más turistas



Fuente: Encuesta de Percepción del Turismo, Ayuntamiento de Barcelona.

En los últimos años ya son varios los enfrentamientos que se han producido entre residentes y visitantes derivados principalmente de los colapsos que se forman en las calles y lugares públicos o, en los últimos meses por la problemática de la proliferación de alquileres ilegales de pisos turísticos.

Algunos hechos de esta situación obedecen a causas que van más allá del turismo pero que están muy relacionados, como los procesos de gentrificación en numerosos barrios, o las tensiones en el mercado de alquiler, donde han sufrido grandes alzas del precio en los últimos trimestres y han forzado muchos vecinos a tener que mudarse de sus barrios.

Por tanto, se exponen una serie de problemas que se están dando en la ciudad con actualidad para conocer si podrían derivar de la gentrificación y masificación turística y lo más importante, si se están dando las soluciones idóneas.

5.2.1 Problemas y soluciones derivados de los alquileres turísticos de pisos.

Tras la aparición de la nueva forma de alojamiento en pisos turísticos y el notorio uso de plataformas de alquiler de este tipo de alojamiento como *Airbnb* y *Homeway*, dieron pie a aumentar la capacidad de acogida de visitantes a la ciudad condal. Mientras en el año 2015 las cifras, según la plataforma *Inside Airbnb* era de 14.000 anuncios de pisos turísticos y habitaciones disponibles, en este año eran más de 17.000 siendo los barrios del Raval y el Gòtic los que concentran mayor oferta.

El incremento de la presencia de este tipo de alojamientos turísticos provoca una expulsión del vecindario y debilitación de la ciudad, dado que el objetivo de estos alojamientos es el movimiento masivo de turistas que crea una exclusión de los vecinos de la ciudad condal de su derecho al uso comunitario del espacio público.

Aunque en muchas ocasiones son los vecinos quienes deciden irse de la ciudad, viéndose rodeados de turistas disfrutando de su periodo vacacional, sin horarios y con desconocimiento en muchos casos de normas de convivencia impidiéndoles, entre otras cosas descansar.

En los últimos años, el turismo empieza a tratarse como un verdadero problema para la ciudad y el porcentaje de la población que considera que está llegando al límite de su capacidad aumenta (Gráfico 5.7). Es por tanto, que se ha empezado a buscar soluciones con un plan de choque que ya va teniendo sus frutos. En la siguiente cita de Montaner queda reflejado el caso de la gentrificación y posibles soluciones al mismo:

“Solo se puede afrontar desde el énfasis en un código ético; el control de la especulación y la avaricia, que va desde los grandes operadores al pequeño

propietario que perjudica a sus vecinos para alquilar sus pisos por días. No solo se debe hacer un buen uso de la tasa turística, hoy dedicada a publicitar más la ciudad, sino que se tiene que conseguir que los impuestos que ingresa el Ayuntamiento de Barcelona por las actividades relacionadas con el turismo reviertan en las personas y en los barrios; por ejemplo, los impuestos por las terrazas que se van apropiando del espacio público, de los pisos turísticos censados o los que pueda generar una necesaria legislación para el "bed and breakfast".” (Montaner, 2014)

Es tal la demanda de consumidores mediante plataformas como *Airbnb* que un vivienda turística da una rentabilidad de hasta cuatro veces más que un alquiler de vivienda al uso, como así lo reflejan las estadísticas. Según los datos ofrecidos por el Departament d’Estadística de l’Ajuntament de Barcelona, durante el tercer trimestre del año 2016 el precio medio mensual del alquiler en el barrio del Raval era de 666.2 euros, mientras que los ingresos estimados de los pisos turísticos en la misma zona era de 1.034 euros mensuales (Moya, 2016). Es por tanto que los propietarios de los pisos, viendo los beneficios económicos, se piensan dos veces el uso que quieren dar a sus alojamientos puesto que la diferencia son 367.8 euros de más que cada mes tendría al alquilar en *Airbnb*.

Son muchos los propietarios que deciden poner sus pisos en plataformas de alquiler turísticos a pesar de no tener licencia para ello e infringiendo la Ley Catalana de Turismo de la Generalitat.

Una de las medidas que está llevando a cabo el Ayuntamiento de la Ciudad Condal desde hace unos meses es encomendar a una veintena de personas la comprobación a pie de calle de la actividad ilegal en determinados pisos turísticos. La metodología que desarrollan se basa en entrevistar a vecinos y turistas para poder obtener direcciones concretas de pisos sin licencia. Además, en la página web del ayuntamiento hay un buscador con el censo de las viviendas de práctica legal de alquiler turístico para que cualquier persona, generalmente turistas puedan comprobar la legalidad de los pisos en los que se alojan.

El problema que surge en muchas ocasiones es que ni si quiera los propietarios del piso turístico ilegal tienen conciencia de tal uso, puesto que en numerosos casos son los

inquilinos los que lo realquilan de forma ilegal a turistas con el fin de obtener altos beneficios económicos.

Por otra parte, el aumento de la oferta de vivienda turística implica una bajada en la oferta de viviendas de alquiler para los habitantes de la ciudad; dicha disminución de la oferta provoca un incremento en los precios de los alquileres. Según los datos extraídos de las fianzas depositadas en el Incasòl que han sido publicadas por la Secretaria d'Habitatge de la Generalitat, en el tercer trimestre del año 2017 el precio medio de los contratos de alquiler se sitúa en los 903.4 euros un 9.4% más que en el tercer trimestre del año 2016 y obteniendo un dato histórico. Los barrios del Eixample y Ciutat Vella se convirtieron un trimestre más en los más inflacionistas en cuestión de vivienda.

Por su parte, la medida que propuso el Ayuntamiento fue tomar la decisión de limitar en ciertos barrios donde la presencia de dichos pisos es masiva, como los citados previamente (Eixample y Ciutat Vella). Se limitaron los permisos de pisos turísticos y posteriormente, se acordó no otorgar más licencias de los mismos. El problema que surge en ese momento es que tan solo había ocho inspectores para controlar los cumplimientos de todas las normativas comerciales, donde a parte de los pisos turísticos están las ordenanzas de terrazas, los comercios, los ruidos, etc. Con la llegada del Pla Especial d'Allojament Turístic (PEAUT), se prevé destinar a 110 inspectores a las comprobaciones de los apartamentos turísticos por lo que ayudará a llevarse a cabo esta medida con mayor facilidad.

El 6 de marzo de 2017 se aprueba el PEAUT, este Plan regula la implantación de establecimientos de alojamiento turístico, como albergues, residencias colectivas de alojamiento temporal y las viviendas de uso turístico. Dicho Plan regulador, responde a la necesidad de compatibilizar los alojamientos turísticos de la ciudad condal con un modelo urbano sostenible que se basa en la garantía de los derechos básicos como el descanso, la intimidad y el bienestar del vecindario así como, la mejora de la calidad de vida de los vecinos tras el malestar de los mismos hacia las avenencias derivadas del turismo.

Entre las medidas que se dan para evitar la concentración y distribuir de forma equilibrada los pisos turísticos se propone que cada cese de un HUTs de una zona congestionada, se permite la posibilidad de un alta en una zona poco congestionada.

5.2.2 Problemas y soluciones derivados de la ocupación de espacios urbanos.

El investigador Agustín Cócola, perteneciente al Centro de Estudios Geográficos de la Universidad de Lisboa, lleva más de tres años estudiando el impacto que provoca el turismo sobre la ciudad de Barcelona, “desde el punto de vista de una planificación territorial que busque el equilibrio entre la vida vecinal y el turismo, el turismo ya ha llegado al límite”, explica en su informe llamado *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamientos de población*.

Uno de los ejemplos más significativos en la ciudad derivado de la ocupación de espacios por parte de los turistas o destinado a actividades turísticas es El Mercado la Boquería que desde el año 1836 tiene abiertas sus puertas al público. Como presentan los datos obtenidos por el Ajuntament, la Rambla recibe unas 45.000 visitas diarias, por su localización en la misma, la Boquería acoge gran parte del flujo turístico que pasa por esta zona cada día.

Paralelamente a las medidas municipales para facilitar el retorno de El Mercado a los vecinos, existe un confrontamiento entre los comerciantes que por una parte consideran que el turismo ayuda a mantener sus ventas y que consideran un cambio en la sociedad y se compra menos en el mercado y por otra parte a los comerciantes que creen que el turismo está acabando con la esencia de la Boquería.

El Ajuntament de Barcelona expuso una batería de medidas que prevé devolver el mercado a sus vecinos o al menos, facilitar la convivencia con los turistas. Entre las medidas expuestas, destaca la prohibición de consumo de productos dentro del mercado, exigir que los productos que se elaboran estén envasados, precintados y envueltos así como fijar una cantidad mínima de productos frescos que deberá de tener cada puesto para asegurar el equilibrio de productos tradicionales y elaborados. Además, se prohibirá la entrada a grupos organizados a partir de 15 personas durante los meses de mayor afluencia. Por último, se pondrá en marcha una prueba piloto de venta online de productos del mercado al igual que lo están haciendo otros 16 mercados de la ciudad, entre los que destacan el Carmel, Clot, Concepció, L' Estrella, Horta y Llibretat.

Otro de los asuntos que está generando debate en las zonas de gran afluencia turística de la ciudad, ha sido la regulación del uso de las terrazas de los negocios de restauración.

Algunas medidas que se van a llevar a cabo para la regulación de las terrazas para la adaptación de las necesidades reales del vecindario, los restauradores y el territorio son las siguientes:

- La ubicación de las terrazas pasa de ser obligatoria a preferente frente al local. Además, de manera justificada se puede valorar la ampliación de su longitud.
- Es obligatorio respetar el espacio libre necesario para garantizar la accesibilidad universal y la seguridad. Hay que mantener una distancia libre de paso de 1,80 metros a continuación de la fachada, que excepcionalmente se podrá reducir a 1,50 metros.
- Las terrazas no podrán impedir o dificultar la utilización de los servicios públicos, el uso y el mantenimiento del mobiliario urbano, la visualización de las señales de tráfico y el acceso a otros establecimientos y edificios privados.
- Se trabajará para que se retiren progresivamente las estufas de combustión, cuyo uso ahora está permitido durante la temporada de invierno.
- Para fomentar las buenas prácticas, se establecen nuevos criterios con respecto al régimen sancionador.

Entre estas medidas, se pretende establecer unos criterios generales para la ciudad y algunas especificidades para cada distrito, adaptándose a las características singulares de cada territorio garantizando un uso óptimo del espacio público.

6 CONCLUSIONES

En este trabajo se observa cómo el proceso de gentrificación en los destinos urbanos tiene diferentes visiones, mientras el sector turístico tiene una gran oportunidad de negocio, los habitantes tradicionales ven una forma de ser expulsados de sus barrios. Es por tanto que no existe unanimidad de opiniones sobre el tema.

Hemos analizado el caso de la ciudad de Barcelona, la cual como hemos visto en numerosos estudios y estadísticas que hablan sobre el tema, debido a la celebración de los Juegos Olímpicos del año 1992, logró hacerse un hueco en el mapa y supo adaptarse a la demanda turística, aumentando la oferta de plazas y el número de turistas año tras año hasta la actualidad.

Los cambios de gustos en los turistas, han hecho que surjan nuevas tipologías en la ciudad, las empresas privadas junto con el apoyo de Barcelona Turisme han participado para la promoción de las mismas. Por otra parte, la tendencia hacia la promoción de una oferta que trata de especializarse y distinguirse como única pero a la vez que permite que las ciudades sean más similares entre sí, debido a los procesos de gentrificación y teatralización.

Además, el aumento de los alquileres de vivienda habitual, la elevada demanda de turistas y el surgimiento reciente de portales como *Airbnb*, ha provocado un aumento sustancial de los alquileres de pisos turísticos. La oferta de alquileres legales frente a los ilegales es casi la misma, para poder controlar esta problemática el Ajuntament ha comenzado a proponer medidas legales. Otro de los problemas derivado del gran número de turistas a los que está haciendo frente el Ajuntament es el exceso de turismo en ciertas zonas de la ciudad y la problemática de las terrazas y las estufas que ocupan espacio en la vía pública.

Cabe destacar que la mayoría de los planes para frenar con el turismo descontrolado y la conciliación entre habitantes y turismo, han surgido en su mayoría en los últimos tres años y que gran parte de los estudios que realiza Turisme Barcelona son exponiendo las causas pero en pocas ocasiones las soluciones.

Como recomendaciones personales, creo que es necesario crear una normativa clara que se haga cumplir y así, luchar contra las actividades ilegales que hacen uso ilegítimo del

espacio público. También creo que sería buena idea crear proyectos que atraigan un turismo de calidad así como, establecer medidas para mejorar la calidad del espacio público. Para todo esto, es importante concienciar a todas las empresas turísticas y que sientan como suya la responsabilidad de gestionar y regular el espacio, teniendo en cuenta siempre a los habitantes locales.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Airbnb. Inside Airbnb: Barcelona. Recuperado 13 de mayo de 2018, a partir de <http://insideairbnb.com/barcelona/#>
- Ardila Peña, M. C. (2015). *Llegó gentrificación y me echó del barrio. Proyecto de una serie de reportajes radiofónicos sobre el principal fenómeno urbanístico del siglo XXI*. Universitat Auònoma de Barcelona. Recuperado a partir de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/167502/TFG_Ardila_Pena_Maria_Camila.pdf
- Arias, A. (2017). Turismo 2020 Barcelona. Una estrategia colectiva para un turismo sostenible. Barcelona. Recuperado a partir de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/turismo_2020_barcelona_0.pdf
- Ayuntamiento de Barcelona (2014). El sector turístico en Barcelona. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona. Recuperado a partir de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/150514_el_sector_turistico_esp.pdf
- Ayuntamiento de Barcelona. Anuarios históricos de la Ciudad de Barcelona. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://www.bcn.cat/estadistica/castella/dades/anuarish/index.htm>
- Ayuntamiento de Barcelona. Buscador de pisos. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://meet.barcelona.cat/habitatgesturistics/es>
- Barcelona Turisme. Barcelona Convention Bureau. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://www.barcelonaconventionbureau.com/es/section/testimonios/2.html>
- Barcelona Turisme. (2018). Informe anual d'activitat turística 2017 a Barcelona ciutat. Barcelona: Turisme de Barcelona. Recuperado a partir de http://www.barcelonaturisme.com/uploads/web/estadistiques/QAT17_Anual_v1.pdf

Barcelona Turisme. Barcelona Shopping Line. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/1998/barcelona-shopping-line.html>

Barcelona Turisme. Barcelona Sports. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://bcnsports.barcelonaturisme.com/ES/quisom>

Barcelona Turisme. (s. f.). Barcelona Cultura y Ocio. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de http://professional.barcelonaturisme.com/Professionals/cultura/cultura-home/_Ukvru92jxZAIB_yQcwFzTIX3TdW6ve-aMfdvfkx0WG828MedbMckew

Barcelona Turisme. (s. f.). Barcelona Sustainable Tourism. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de http://professional.barcelonaturisme.com/Professionals/barcelona-sustainable-tourism/barcelona-sustainable-tourism-home/_2swCqLRbUEKmYfVMbl4gGUKq_tImR2jsypZ6Vo2VLZGqUyHyil7CVA

Batista Terrones, E., Del Fresno Buenamañana, M., Codera Cordero, I., y Martínez Domingo, M. C. (2006). *¿Por qué Barcelona?* Universitat Pompeu Fabra. Recuperado a partir de <https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/16156/¿POR QUÉ BARCELONA ¿Análisis de la evolución del turismo en.pdf?sequence=1>

Briceño, G. Gentrificación. En *Euston 96*. Recuperado a partir de <https://www.euston96.com/gentrificacion/>

Cócola Gant, A. (2016). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos*. Recuperado a partir de https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/02/Informe_gotic_final.pdf

Cols, C. (2017, agosto 15). Barcelona cierra casi un millar de pisos turísticos ilegales en un año. *el Periódico*. Recuperado a partir de <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20170815/el-15-de-los-apartamentos-turisticos-ilegales-de-barcelona-son-realquileres-fraudulentos-6224025>

- Delgado Ruiza, M. (2018). Turistofobia. *El País*. Recuperado a partir de https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html
- Duatis, J., Buhigas, M., y Cruz, H. (2016). *Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona. Pla Estratègic de Turisme Barcelona 2020*. Ajuntament de Barcelona. Recuperado a partir de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/160921_informe_impacte_lloguer_vacacional_0.pdf
- Fernández Rodríguez, M. (2016). *Gentrificación en Chamberí. Análisis de la evolución urbanística del distrito*. Universidad Politécnica de Madrid. Recuperado a partir de http://oa.upm.es/39238/1/TFG_Marina_Fernandez-Rodriguez.pdf
- Fira Barcelona. Nuestra Historia. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <http://www.firabarcelona.com/history>
- Gabinet d'Estudis Econòmics de la Cambra de Comerç de Barcelona. (2017). Informe de la actividad turística en Barcelona. Barcelona. Recuperado a partir de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/informe_activitat_turistica_barcelona_2016_0.pdf
- Hernández Cordero, A. (2015). *En transformación...Gentrificación en el Casc Antic de Barcelona*. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México. Recuperado a partir de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/310607/ahc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hosteltur. (2013). Barcelona, salto cuántico en turismo tras 20 años de colaboración público-privada. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de https://www.hosteltur.com/122240_barcelona-salto-cuantico-turismo-20-anos-colaboracion-publico-privada.html
- Hosteltur. (2013). Turisme de Barcelona (1993-2013). 20 anys fent turisme, 20 anys fent ciutat. Barcelona. Recuperado a partir de

https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/11/barcelona_balance_1993-2013.pdf

Hosteltur. (2014). Turismo de masas: el riesgo de morir de éxito. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de https://www.hosteltur.com/171500_turismo-masas-riesgo-morir-exito.html

Hosteltur. (2015). El Síndrome de Venecia se extiende por España. Recuperado 13 de junio de 2018, a partir de https://www.hosteltur.com/112390_sindrome-venecia-se-extiende-espana.html

Hosteltur. (2018). La turismofobia crece en destinos con mayor presión de viviendas turísticas. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de https://www.hosteltur.com/126023_turismofobia-crece-destinos-mayor-presion-viviendas-turisticas.html

Instituto de Estudios Turísticos (Barcelona). (s. f.). Repositori Obert de Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona: Estadística municipal. Recuperado 14 de junio de 2018, a partir de <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/88388?offset=60>

Instituto Superior de Investigación en Turismo. (2014). La actividad turística en Barcelona: desarrollo y gestión. Barcelona. Recuperado a partir de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141203_la_actividad_turistica_en_barcelona.pdf

Jimenez Jimenez, B. (2017). *La masificación turística en los destinos urbanos: El caso de Sevilla*. Universidad de Sevilla. Recuperado a partir de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/68056/La masificación turística en los destinos urbanos_Beatriz Jimenez Jimenez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/68056/La%20masificaci3n%20turística%20en%20los%20destinos%20urbanos_Beatriz%20Jimenez%20Jimenez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jutgla, E. D., Casellas, A., y Pallares-Barbera, M. (2010). *Gentrificación productiva en Barcelona: efectos del nuevo económico*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Recuperado a partir de [http://age.ieg.csic.es/geconomica/IVJornadasGGELeon/Comunicaciones Jornadas de Leon/I Ponencia/Dot-Casellas-Pallar.pdf](http://age.ieg.csic.es/geconomica/IVJornadasGGELeon/Comunicaciones%20Jornadas%20de%20Leon/I%20Ponencia/Dot-Casellas-Pallar.pdf)

- Ley, D. (1996). *The New Middle Classes and the Remaking of the Central City*. Nueva York. Oxford Univeristy Press.
- Ley, D. (1987). “Reply: The Rent Gap Revisited”, *Annals of the Association of American Geographers*, núm.3, pp. 465-468
- Ley, D. (1986). “Alternative explanations of inner city gentrification; a Canadian assessment”. *Annals of the Association of American Geographers*, 76, pp.526-535.
- López Palomeque, F. (2015). *Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado*. Universidad de Barcelona. Recuperado a partir de file:///C:/Users/Admin/Downloads/296-2846-2-PB (1).pdf
- Marco, E. G. (2015). *Gentrificación no es una palabrota*. Universitat Politècnica de València. Recuperado a partir de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/58536/GARCIA - Gentrificación no es una palabrota.pdf?sequence=1>
- Montaner, J. M. (2014, septiembre 17). El problema del Turismo. *El País*. Recuperado a partir de https://elpais.com/ccaa/2014/09/16/catalunya/1410892587_251637.html
- Moya, J. F. (2016). Mapa del precio de los pisos de alquiler en Barcelona por barrios. *el Periódico*. Recuperado a partir de <https://www.elperiodico.com/es/graficos/barcelona/alquiler-pisos-barcelona-precio-barrio-15090/>
- Ortiz, I. (2016, junio 28). Gentrificación urbana: barrios infieles con sus vecinos. *EL MUNDO*. Recuperado a partir de <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/entorno-habitable/2016/06/28/gentrificacion-urbana-barrios-infieles.html>
- Rojó Mendoza, F. (2016). *La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades*. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3704>

Rufas, C. (2018, mayo). «El problema no es del turismo, es de gestión». *Metropoli Abierta*. Recuperado a partir de https://www.metropoliabierta.com/distritos/ciutat-vella/no-digan-problema-turismo-gestion_6830_102.html

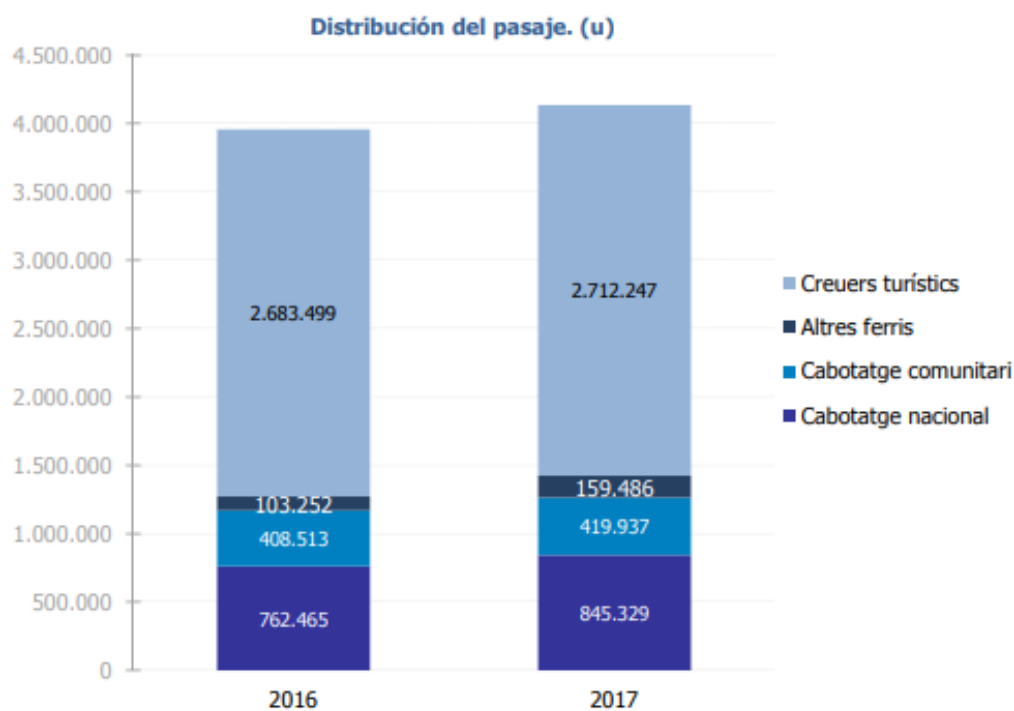
Siles, G. (2015, octubre). El primer ferrocarril. Barcelona-Mataró, 1848. *Mundo Empresarial*. Recuperado a partir de <http://monempresarial.com/es/2015/10/30/primer-ferrocarril-barcelona-mataro-1848/>

Smith, N. (2012). *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Traficantes de Sueños.

8 ANEXOS

- ANEXO 1: GRÁFICO SOBRE EL TRÁFICO DE PASAJEROS EN EL PUERTO BARCELONA

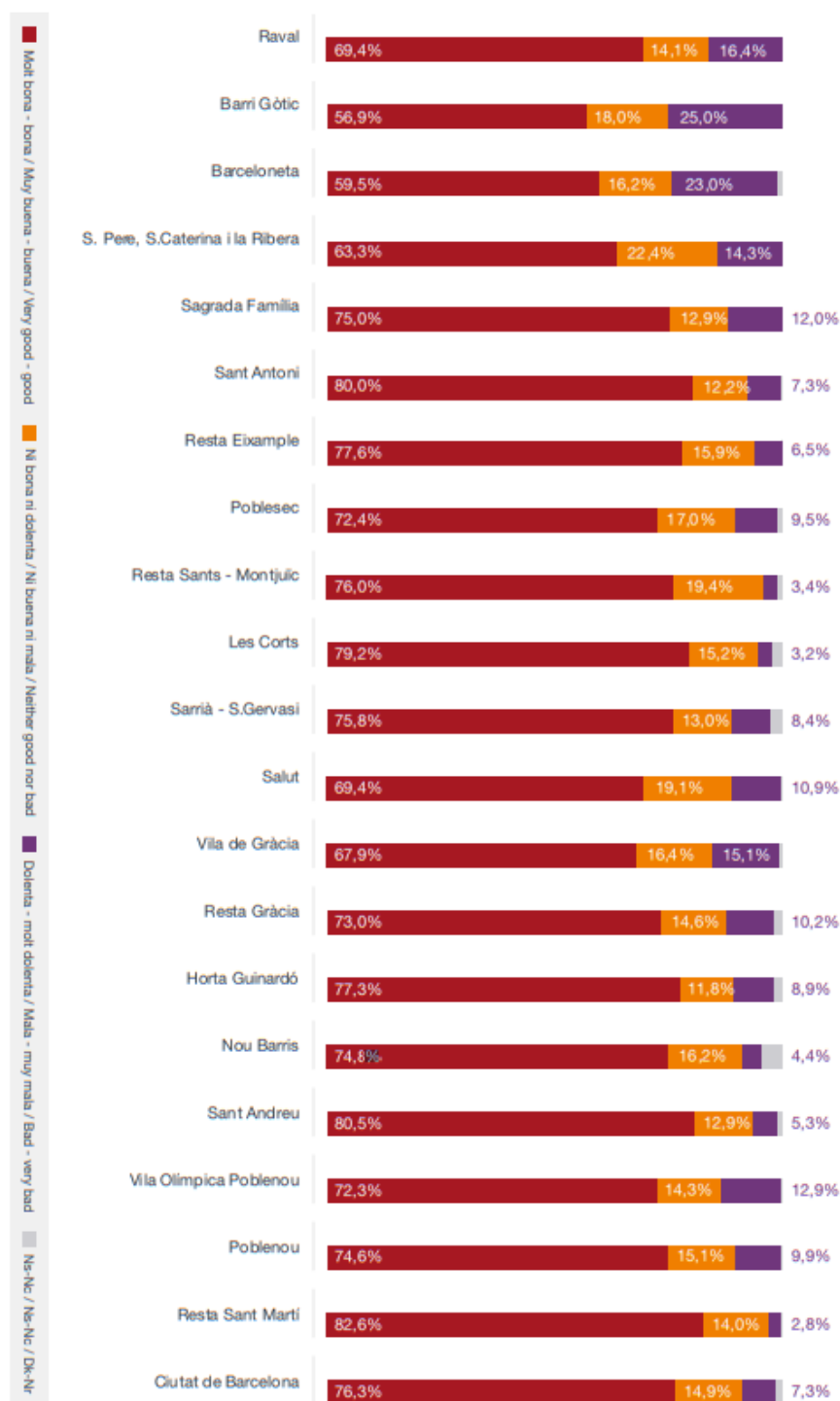
En el gráfico se muestra el aumento de los cruceros turísticos entre los años 2016 y 2017. El número de cruceros que embarcan en Barcelona bate récords año tras año, los crucersitas inundan la ciudad de Barcelona cada día y su impacto es significativo para la misma.



Fuente: Estadísticas de tráfico del Port de Barcelona. Datos acumulados diciembre 2017 (Servicio de estadística)

- ANEXO 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA PREGUNTA: ¿DIRIA QUE LA CONVIVENCIA DE LOS BARCELONESES/AS CON LOS TURISTAS ES ...?

En la siguiente encuesta se muestra el grado de aceptación de los barceloneses a los turistas. Generalmente, la calificación es buena pero se nota que los barrios turísticos como Barri Gotic o Barceloneta la calificación es peor.



Fuente: Informe de la actividad turística en Barcelona (Barcelona Turisme).

- **ANEXO 3: ENCUESTA SOBRE SI SE CREE QUE EL TURISMO ES BENEFICIOSO PARA BARCELONA.**

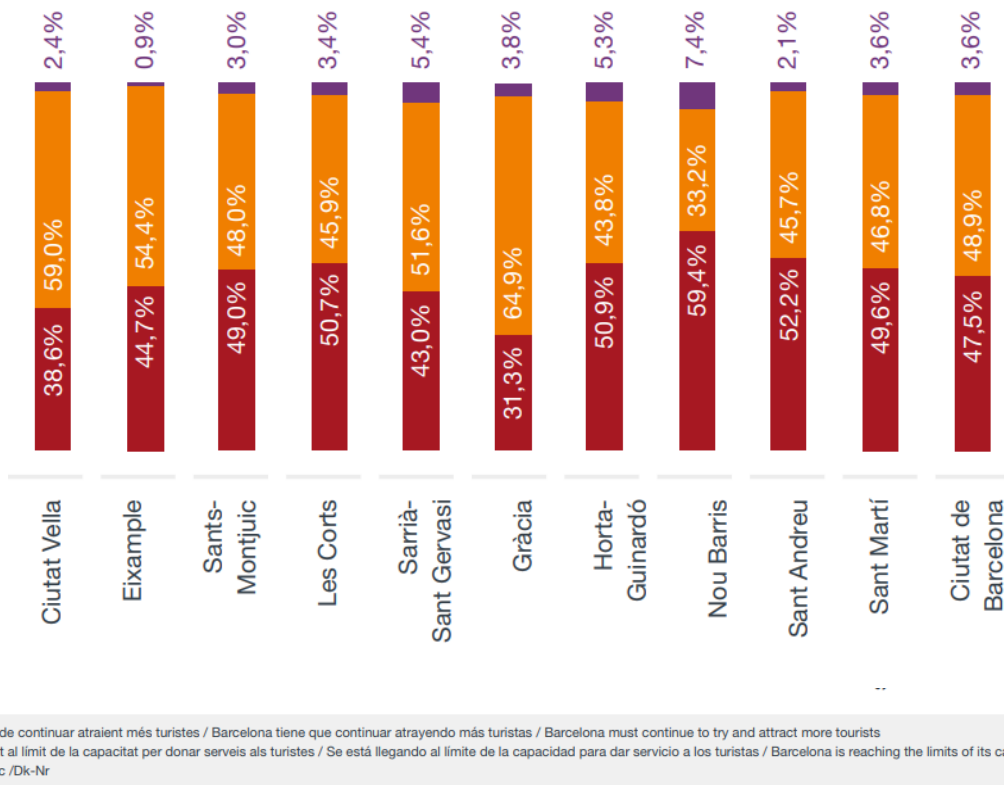
En la encuesta sobre si se cree que el turismo es beneficioso para Barcelona los habitantes ha habido un descenso de la opinión “más bien si” desde el año 2008 hasta la actualidad, se puede decir que se va notando el proceso de turistificación de la ciudad y la turismofobia que se está dando entre los habitantes.

	2008	2010	2014	2015	2016
Més aviat sí Más bien sí On the whole, yes	93,7	92,9	92,4	91,5	86,7
Més aviat no Más bien no On the whole, no	4,9	6,9	6,4	7,6	11,0
No sap, no contesta No sabe, no contesta Don't know, no response	1,3	0,2	1,2	0,9	2,3

Fuente: Informe de la actividad turística en Barcelona (Barcelona Turisme).

- **ANEXO 4: ENCUESTA DE OPINIÓN SOBRE LA PRESENCIA DE TURISTAS.**

En la siguiente encuesta realizada por el departamento de estadística del Ayuntamiento de Barcelona hacia los barceloneses muestra que mientras que en 2012 el 71.8% de los encuestados estaban de acuerdo con que Barcelona ha de continuar acogiendo turistas a día de hoy el sentimiento es diverso y la mitad cree que se ha llegado al límite de ocupación.



Fuente: Informe de la actividad turística en Barcelona (Barcelona Turisme).