



Consell Comarcal
del **Baix Llobregat**



**BAIX
LLOBREGAT**
CONSORCI DE TURISME



OCBL
Turisme

INFORME ANUAL DEL SECTOR TURÍSTIC. Ocupació hotelera

Baix Llobregat, Maig 2022.

Amb la col·laboració de :



Diputació
Barcelona
xarxa de municipis



Xarxa d'Observatoris del
Desenvolupament Econòmic Local

La versió digital de l'informe es troba a

<https://www.elbaixllobregat.cat/observatori>



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.ca>

Índex de continguts

| | |
|---|-----------|
| PRESENTACIÓ | 3 |
| Dades bàsiques. Informe Sector Turístic 2021. | 4 |
| III. OCUPACIÓ HOTELERA. Dades generals i perfil del turista. | 5 |
| 3.1 Dades generals d'ocupació hotelera. | 5 |
| 3.2 Procedències. | 8 |
| 3.3 Tarifes. | 9 |
| 3.4 Motivacions. | 11 |
| 3.5 Canals i segments d'ocupació. | 12 |
| 3.6 Valoracions de previsions de l'ocupació. | 14 |
| 3.7 Seguiment de les places hoteleres en oferta. | 15 |
| IV. ACCIONS DE PROMOCIÓ. | 16 |
| 4.1 Campanyes de promoció turística | 16 |
| Setmana Santa | 16 |
| Estiu | 16 |
| La Ruta del TRAM | 16 |
| Al BAIX Llobregat, ofertes FLAIX | 17 |
| És Nadal al Baix Llobregat | 17 |
| 4.2 Promoció del turisme MICE | 17 |
| 4.3 Promoció de la gastronomia | 17 |
| 4.4 Impulsar la comarca com a destinació sostenible | 18 |
| 4.5 Millora de la competitivitat del sector | 18 |

PRESENTACIÓ

A continuació us presentem les dades d'ocupació del sector turístic al Baix Llobregat 2021. Aquest informe completa la informació que es publica en els informes trimestrals d'ocupació hotelera, que teniu a la vostra disposició a la pàgina web de l'Observatori Comarcal, mitjançant l'estudi de les grans dades del sector turístic a nivell global, les darreres tendències i perspectives, les magnituds econòmiques o les dades d'estructura productiva i mercat de treball del sector turístic del Baix Llobregat.

Incloem **les dades anuals generals d'ocupació hotelera i perfil del turista**. Mitjançant les dades facilitades per la plataforma Tourism Data System de LABTurisme de Diputació de Barcelona s'han analitzat les dades anuals d'ocupació hotelera de la comarca.

Finalment, s'inclou un apartat de conclusions generals de l'estudi assenyalant les dades més rellevants que poden servir per a la reflexió i el treball en la millora del sector turístic que es realitza des del Consorci de Turisme del Baix Llobregat. Com annex s'inclou un apartat de bibliografia amb alguns estudis internacionals, estatals i catalans que poden servir com a referència per a l'anàlisi del sector.

Dades bàsiques. Informe Sector Turístic 2021.



37,7% d'ocupació de les places ofertes en els hotels del Baix Llobregat en el 2021. **606.432 turistes i 1.255.741 pernотacions**. El 2021 encara no recupera les xifres registrades amb anterioritat a la pandèmia (que era del 64,8% en el 2019). La comarca es situa però, entre les que registra major ocupació hotelera de l'entorn metropolità.

Els turistes que s'allotgen als hotels de la comarca són majoritàriament espanyols (69% del total). **Catalunya, França, Madrid i València principals procedències** dels clients als hotels del Baix Llobregat en el 2021.

Creix la **mitjana tarifària** en un 2,5% respecte 2019.

Les principals **motivacions en les estades** als hotels de la comarca són els negocis (50% de les pernотacions) i les vacances (25%).

El principal **canal de reserva** és el directe (49,5%).

La valoració dels hotelers respecte la marxa del negoci i de les ocupacions es recupera i arriba al notable en el mes d'agost.

L'ocupació declarada supera la prevista en la meitat de l'any.

El 2021 registra una mitjana de **8.820 places hoteleres en oferta**. Setembre (10.168) i octubre (10.148) són els mesos amb major nombre de places hoteleres en oferta enguany.

III. OCUPACIÓ HOTELERA. Dades generals i perfil del turista.

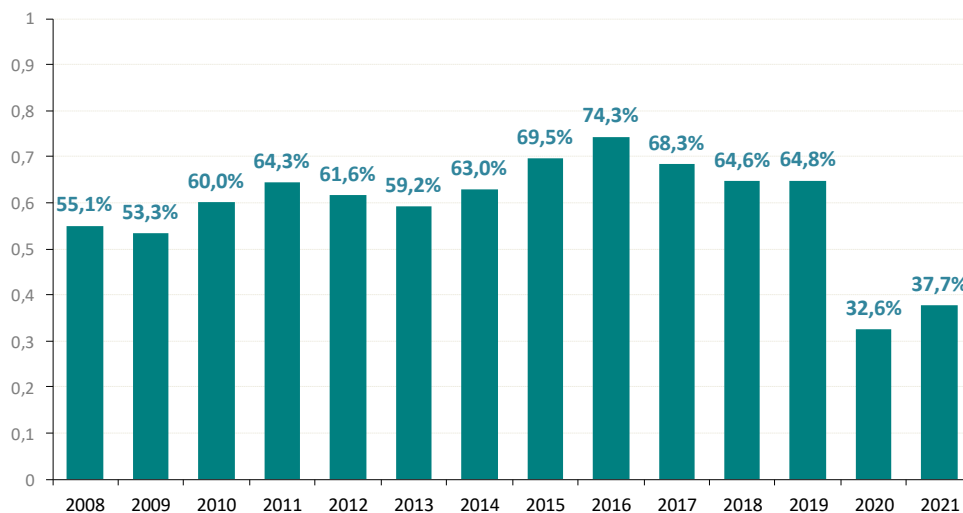
3.1 Dades generals d'ocupació hotelera.

37,7% d'ocupació de les places hoteleres. 606.432 turistes i 1.255.741 pernотacions en els hotels del Baix Llobregat al 2021.

Les dades generals de perfil i ocupació hotelera de 2021 encara no recuperen les dades d'ocupació anteriors a la pandèmia. Així, es registra la segona menor xifra d'ocupació de les places hoteleres en oferta (27 punts menys respecte 2019).

Tot i que tots els mesos de 2021 superen l'ocupació de 2020, cap mes recupera l'ocupació de 2019. Agost és el mes amb major ocupació registrada des de l'esclat de la pandèmia amb un 61% de l'ocupació. Si comparem l'evolució de l'ocupació amb les comarques de l'entorn metropolità, observem com l'impacte ha estat generalitzat i que l'ocupació registrada a la comarca es situa entre les més elevades. El Baix Llobregat registra 5 mesos (d'abril a juliol i novembre), la major ocupació hotelera de l'entorn.

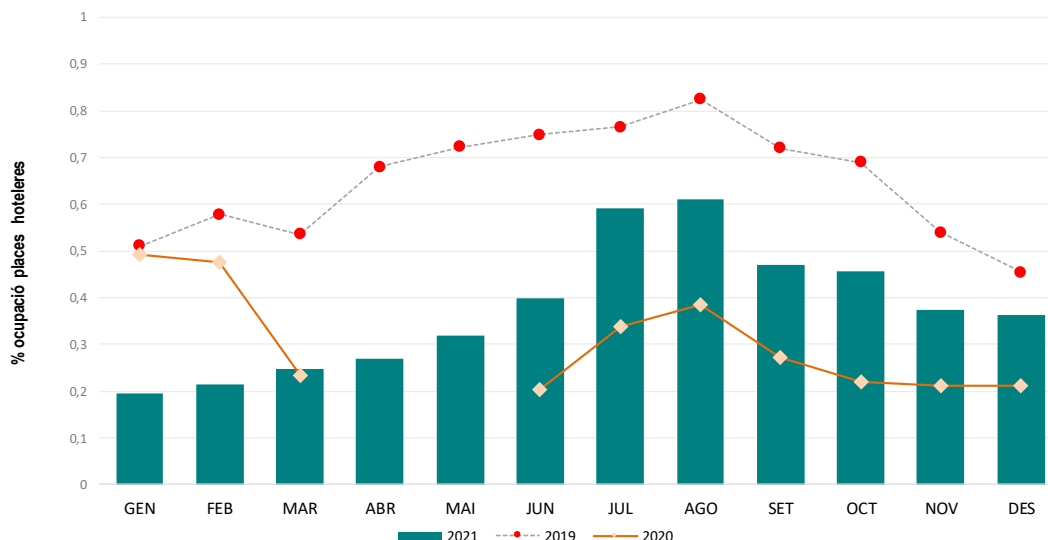
Evolució del percentatge d'ocupació dels darrers anys. Hotels. Baix Llobregat. (%)



Font: OC-BL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme i de l'enquesta EOH de l'OC-BL.

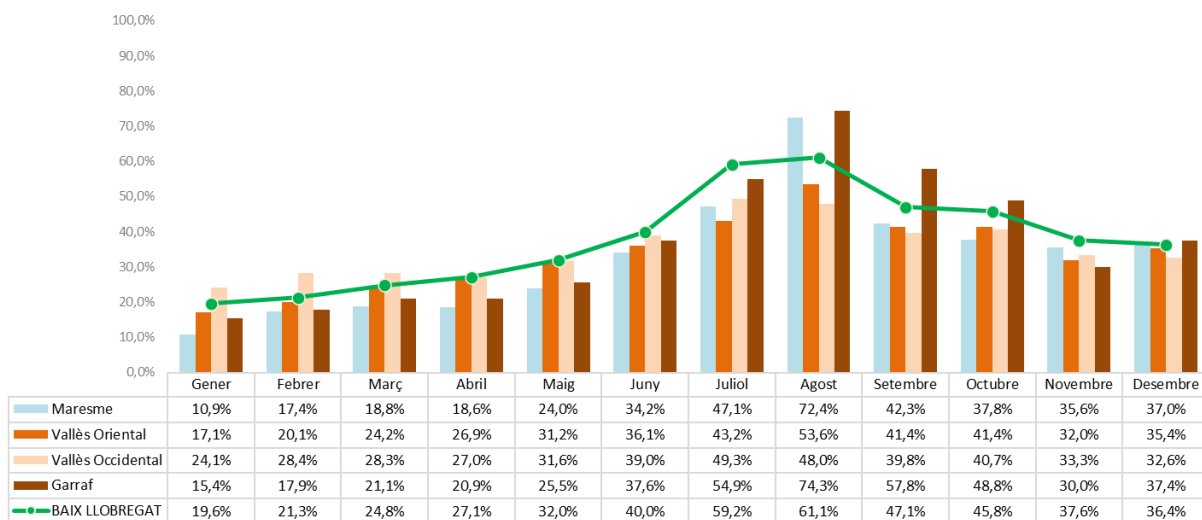
Les dades de 2017 es comencen a recollir al febrer. Al 2020 no es poden registrar dades d'abril i maig (restriccions COVID).

Evolució del percentatge d'ocupació mensual. Hotels. Baix Llobregat. (%)



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme i de l'enquesta EOH de l'OCBL.

Evolució del percentatge d'ocupació hotelera segons comarques de l'entorn metropolità.

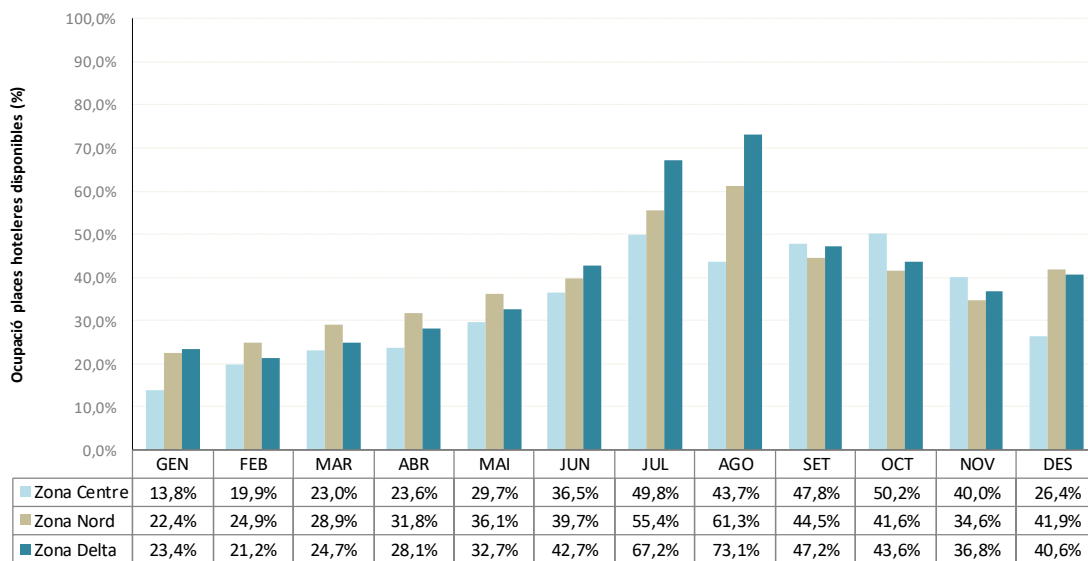


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABturisme de Diputació de Barcelona.

Per zones territorials, les zones **Delta i Nord** són les que registren una major ocupació hotelera mitjana anual. En els mesos d'estiu, la zona Delta registra un 70% de l'ocupació hotelera.

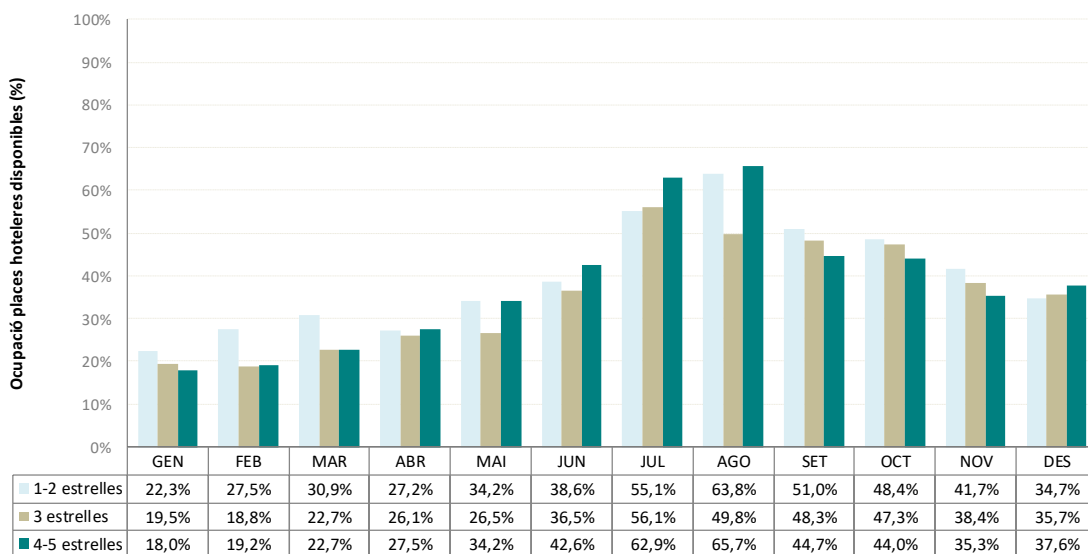
Segons categories, són les de categoria inferior (**1-2 estrelles**) les que registren una major ocupació hotelera anual. En els mesos d'estiu, els establiments de categoria superior continuen registrant la major ocupació hotelera.

Evolució del percentatge d'ocupació per zona territorial. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució del percentatge d'ocupació per categoria. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

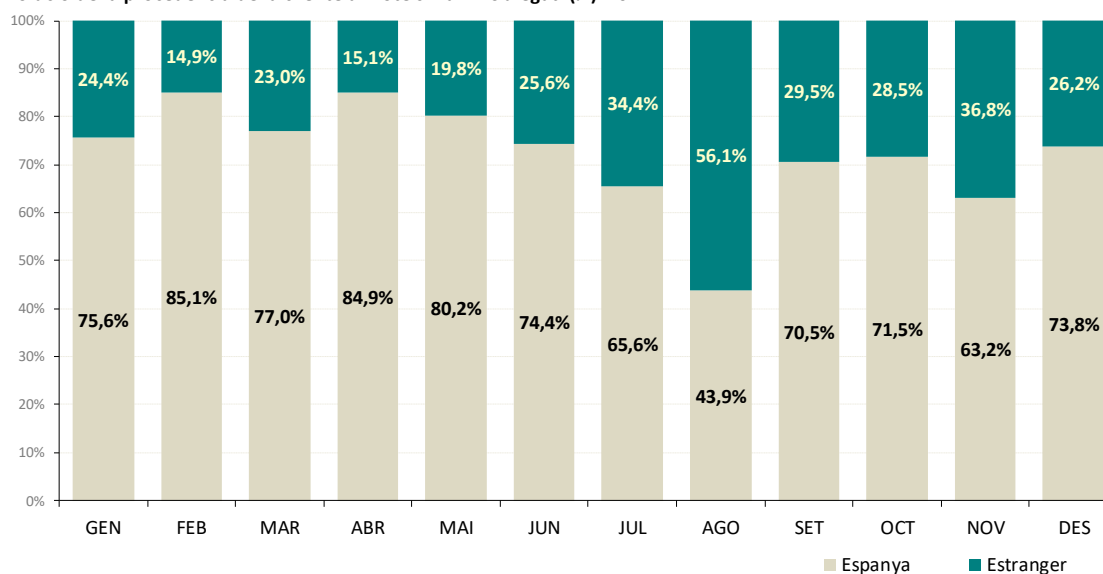
3.2 Procedències.

El 69% del total de turistes que pernocten al Baix Llobregat són espanyols.

2021 continua concentrant la majoria de turistes de la comarca de procedència estatal. Per mesos, només agost té una procedència majoritària de turista estranger (el 56% del total)-

Aquest any **gairebé el 39% dels turistes de la comarca provenien de Catalunya**. Els turistes francès (8%), madrileny (8%) i valencià (5%) són les altres principals procedències dels turistes del Baix Llobregat aquest any.

Evolució de la procedència de la clientela. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

| | Baix Llobregat |
|-----------------------|----------------|
| Catalunya | 38,8% |
| Altres procedències | 8,4% |
| França | 8,1% |
| Madrid | 7,7% |
| València | 5,0% |
| Andalusia | 3,9% |
| Itàlia | 3,1% |
| Regne Unit | 2,7% |
| Alemanya | 2,4% |
| Estats Units i Canadà | 2,1% |
| Aragó | 1,8% |
| País Basc | 1,7% |

La zona Centre és la que concentra un major percentatge de turistes catalans (42%) i la Delta de turistes francesos (10%).

Els establiments de categories superiors són els que concentren un major percentatge de turista francès (10%) i anglès (4%). Els establiments de 3 estrelles concentren el major percentatge de turista madrileny (10%).

Principals procedències segons zona territorial

| | Nord | Centre | Delta |
|---------------------|-------|--------------------------|--------------------------|
| Catalunya | 32,0% | Catalunya 41,6% | Catalunya 39,2% |
| Altres procedències | 11,9% | Madrid 7,5% | França 9,9% |
| València | 9,2% | França 6,6% | Altres procedències 8,3% |
| Madrid | 7,0% | Altres procedències 6,5% | Madrid 8,0% |
| França | 4,4% | Andalusia 6,0% | Itàlia 3,9% |
| Andalusia | 4,1% | València 5,4% | València 3,7% |

Principals procedències segons categoria

| | 1 estrella | 2 estrelles | 3 estrelles | 4 estrelles |
|---------------------|------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Catalunya | 36,7% | Catalunya 39,1% | Catalunya 36,2% | Catalunya 37,5% |
| Altres procedències | 10,8% | Altres procedències 8,9% | Altres procedències 12,4% | França 10,2% |
| Andalusia | 8,6% | Madrid 8,0% | Madrid 10,2% | Altres procedències 8,9% |
| França | 7,0% | França 4,8% | Andalusia 9,6% | Madrid 7,0% |
| Madrid | 6,7% | València 4,7% | València 8,5% | Regne Unit 4,1% |
| València | 5,8% | Andalusia 4,0% | França 8,1% | Itàlia 3,8% |

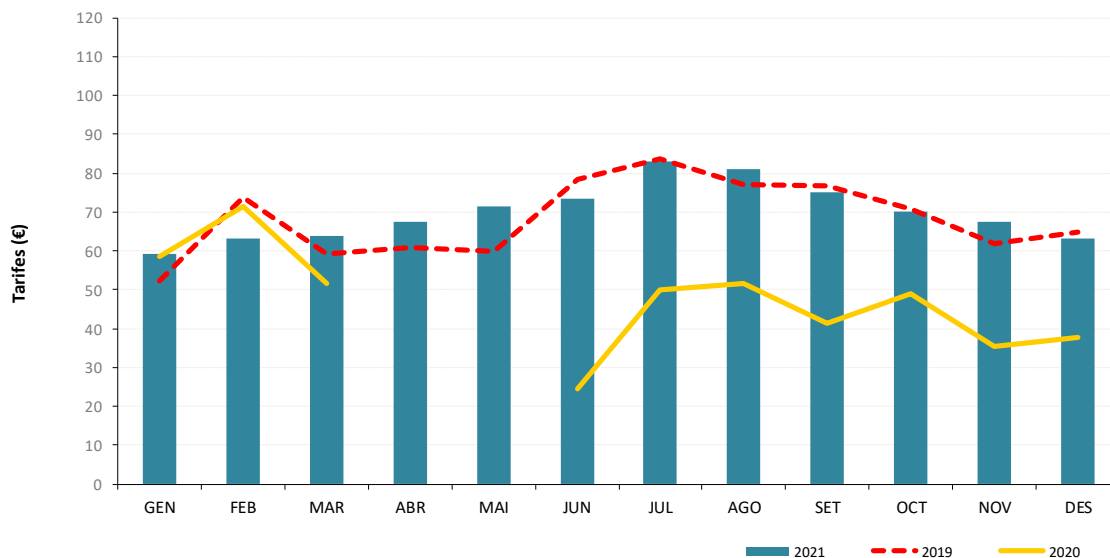
3.3 Tarifes.

El **preu mig** d'una habitació sense esmorzar en un hotel del Baix Llobregat en el 2021 va ser de **69,8€**. La **mitjana tarifària** creix en un 2,5% respecte 2019.

Per zones, és la Delta la que registra les mitjanes tarifàries (arribant als 88€ al juliol) més elevades.

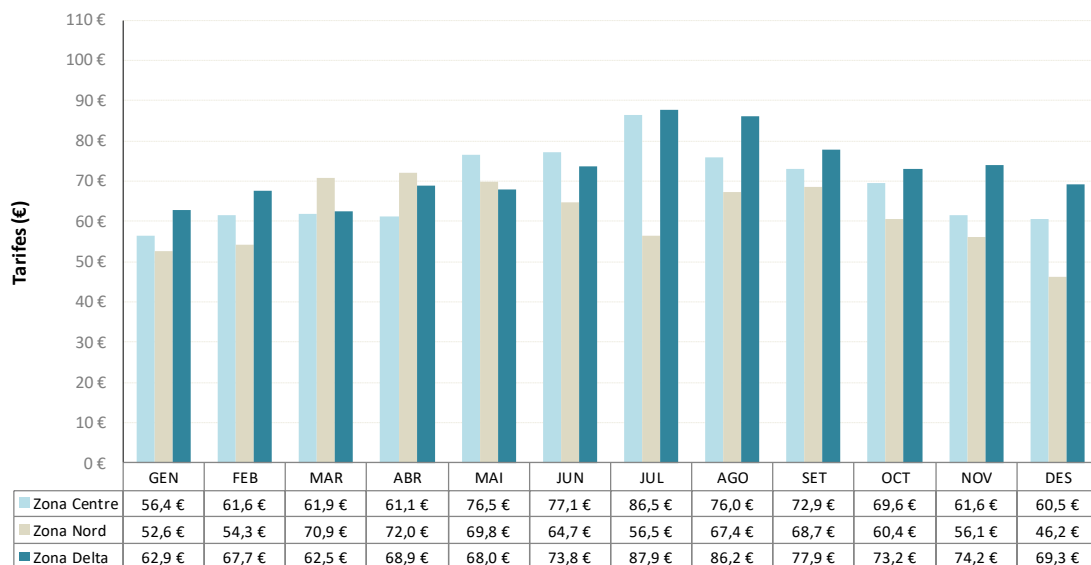
Segons categories, només en el mes de juliol es registren tarifes superiors als 100€ en els establiments de categoria superior. Desembre registra la menor tarifa dels establiments de 3 estrelles i gener d'1 estrella.

Evolució de les tarifes dels darrers anys. Hotels. Baix Llobregat. (%)



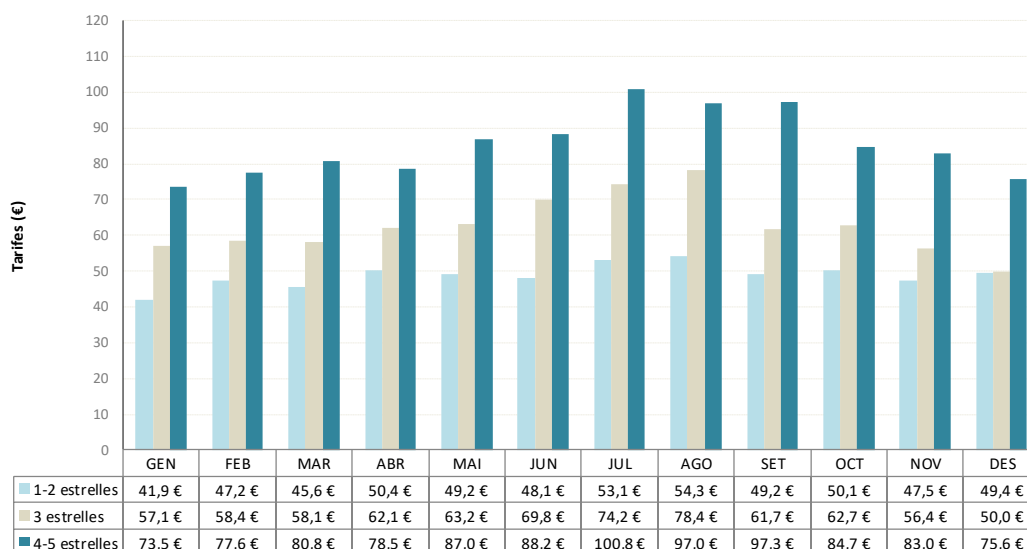
Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució de les tarifes per zona territorial. Hotels. Baix Llobregat. (%) . 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució de les tarifes per categoria. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.

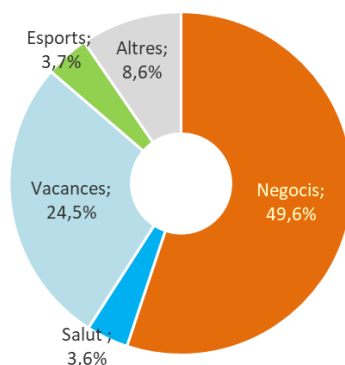


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.4 Motivacions.

Els principals motius d'estada en els hotels de la comarca durant el 2021 van ser els negocis (50%) i les vacances (25%). Respecte l'any anterior disminueix el pes de negocis com a principal motiu de l'estada (era del 51% en el 2020) i creixen les vacances (del 17 al 25%), salut i esports.

Principals motivacions de l'estada al Baix Llobregat. 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

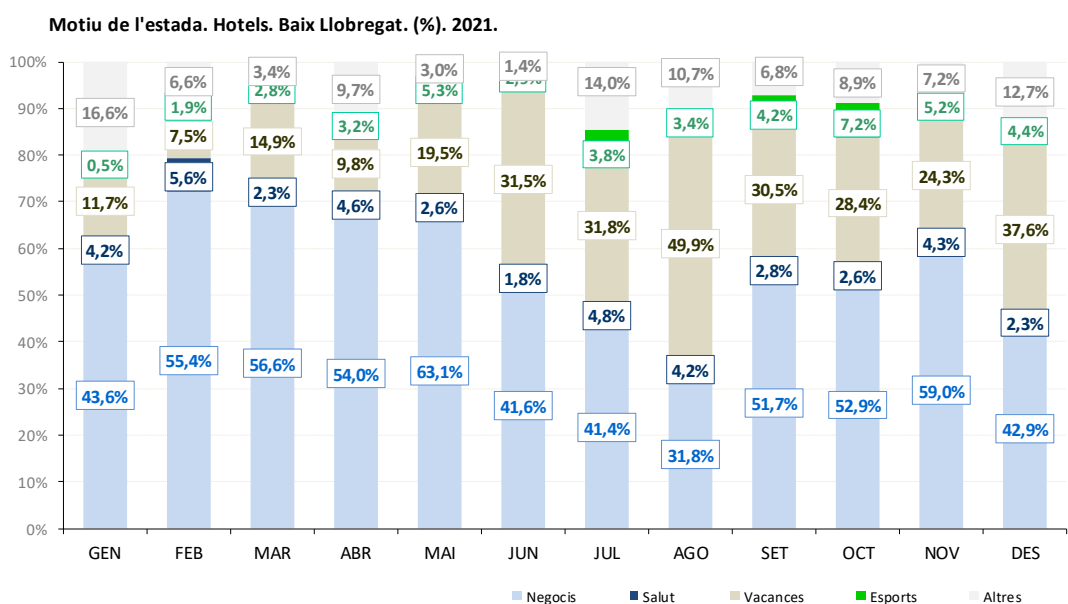
Les dades corresponen a la mitjana anual.

Març (57%), maig (63%) i novembre (59%) són els mesos que concentren més **turistes de negocis** en el 2021.

Gairebé el 50% de turistes a l'agost venien per **motius vacacionals**. Desembre amb el 38% del total de turistes concentra el major percentatge de turista vacacional.

Si analitzem el perfil del **turista esportiu** aquest ha tingut més pes el mes d'octubre (7%).

En quant a les **trobades familiars, reunions d'amics i altres motivacions** registren en els mesos de gener (17%) i juliol (14%) el major pes en el total de motivacions d'estada.

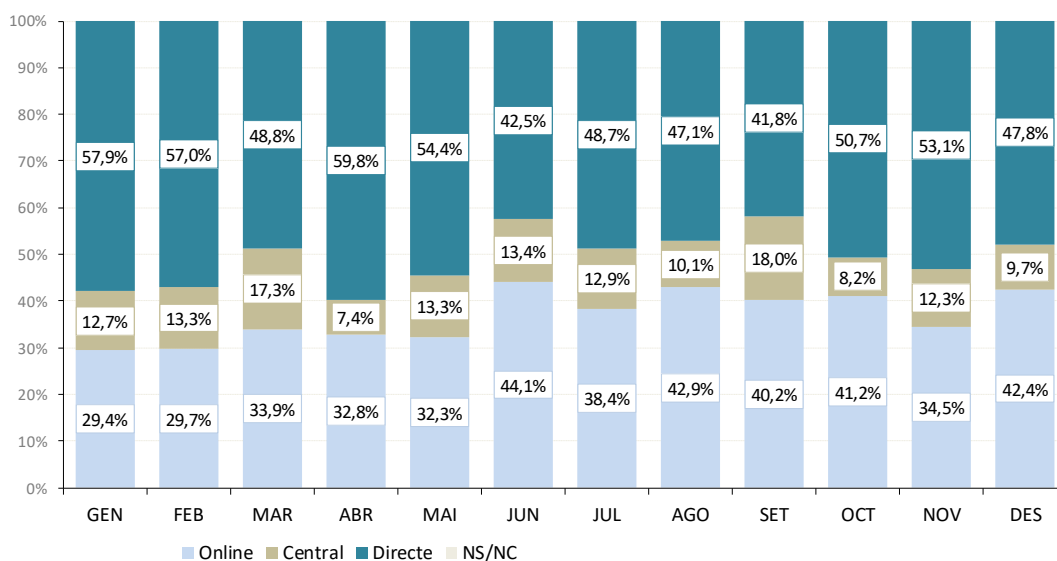


3.5 Canals i segments d'ocupació.

Més de la meitat de les reserves es realitzen pel **canal directe** dels establiments hotelers. Les reserves online són el segon canal de reserva més rellevant (37%).

El canal directe registra el mes d'abril el major pes (60%). El mes de juny és el mes amb major volum de reserves online (44% del total). La central de reserves té al setembre el seu major pes en el total de reserves (18%).

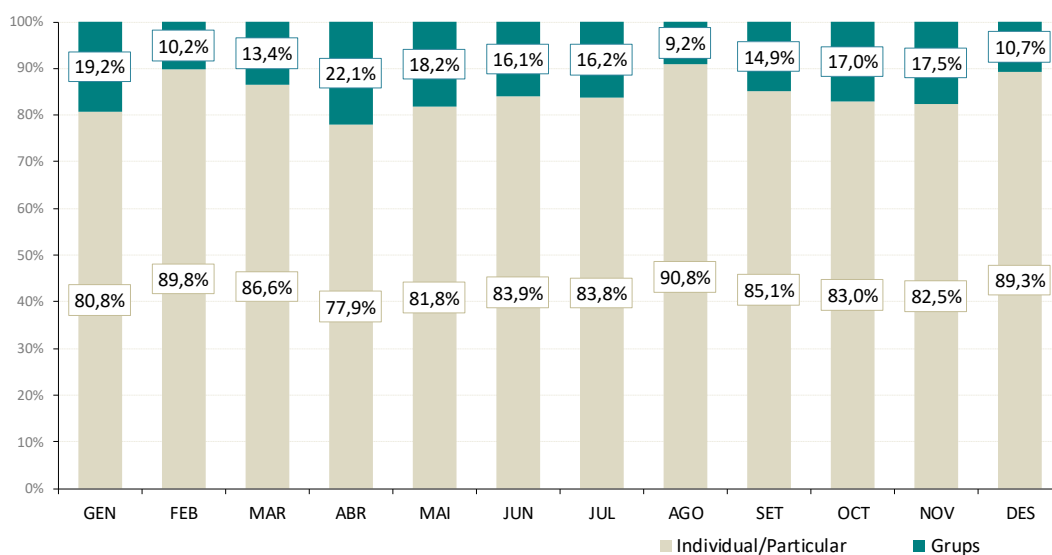
Canal de reserva. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

El 85% de les reserves es van realitzar per particulars. Les reserves de grups continuen sent minoritàries a la comarca. Abril és el mes amb major percentatge de reserva de grups (22%). Agost és el mes amb major percentatge de reserves particulars (91%).

Segment d'ocupació. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2021.

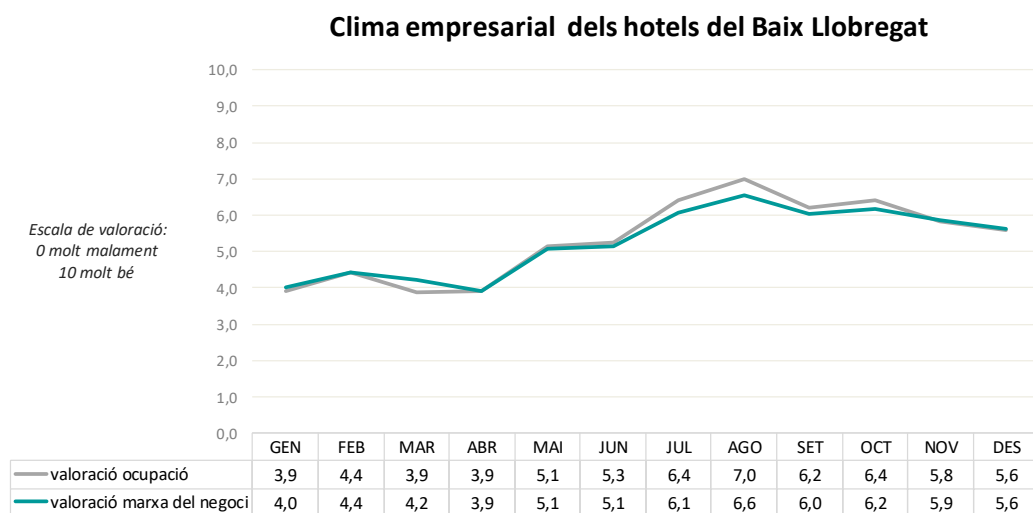


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.6 Valoracions de previsions de l'ocupació.

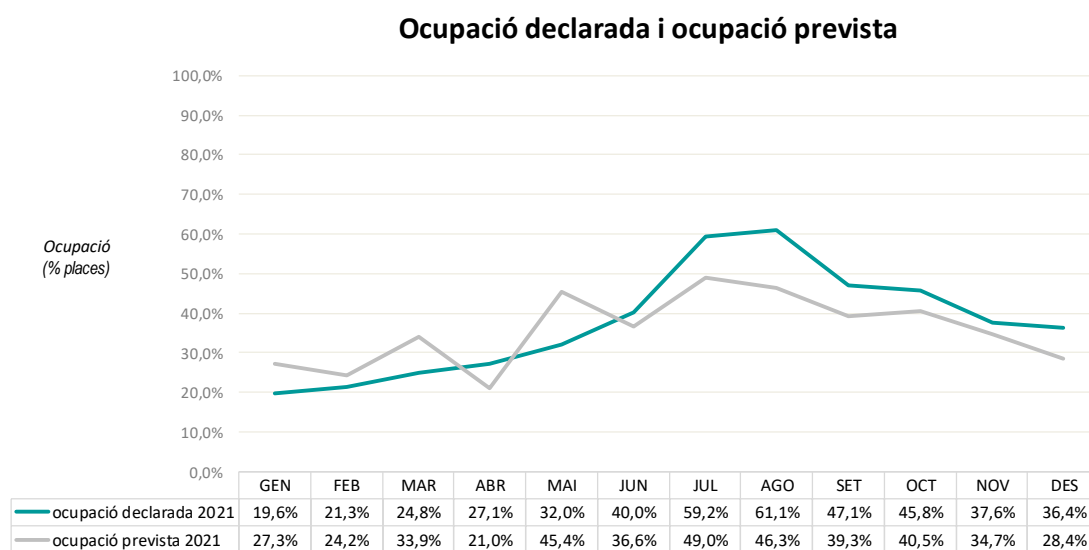
El clima empresarial manifestat va recuperant aprovats a mesura que transcorre l'any. Així, a partir de maig tant en la valoració d'ocupació com en valoració de marxa del negoci supera l'aprovat.

Agost registra la millor valoració de l'ocupació (amb un 7 sobre 10) i de marxa del negoci (6,6).



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

L'ocupació declarada supera la prevista en més de la meitat de l'any. Els mesos d'estiu són els que registren un major diferencial d'ocupació declarada respecte la prevista.

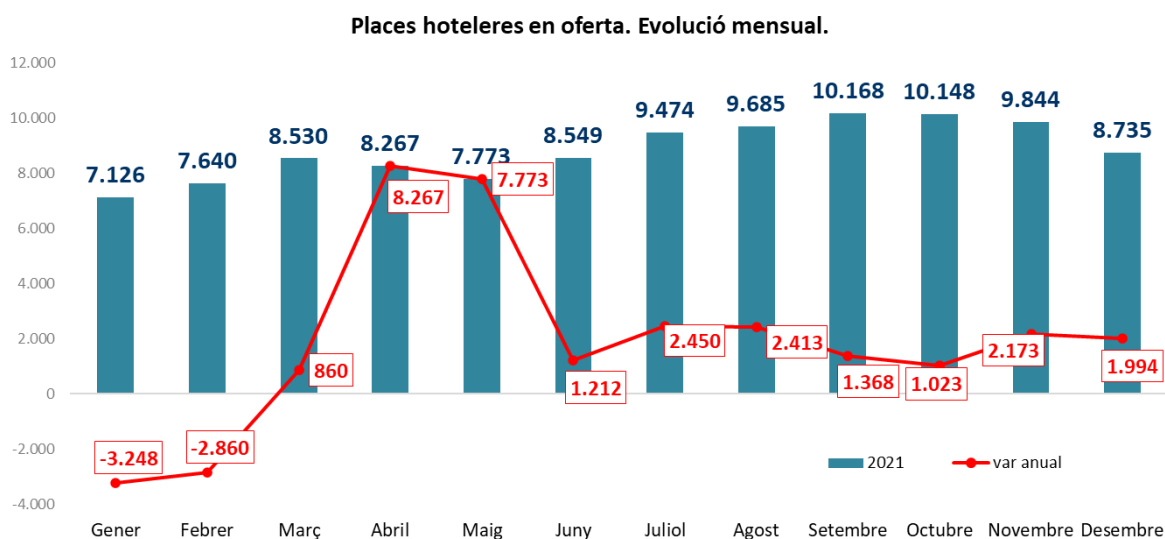
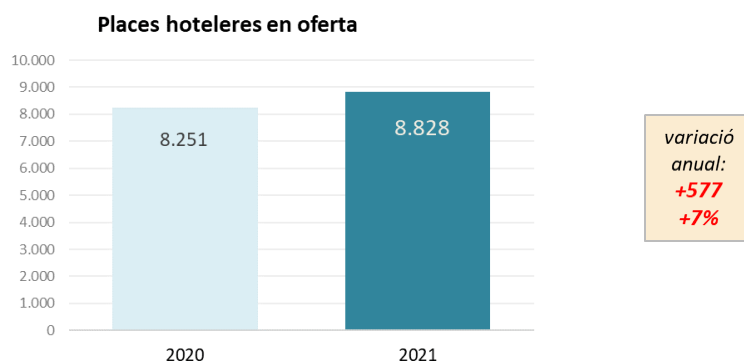


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.7 Seguiment de les places hoteleres en oferta.

El 2021 registra un promig de **8.820 places hoteleres en oferta al Baix Llobregat**. **Setembre** (10.168) i **octubre** (10.148) són els mesos amb major nombre de places hoteleres en oferta.

Respecte 2020 creixen l'oferta de places en oferta en tots els mesos afectats per la pandèmia, ja que els mesos anteriors (gener i febrer) continuen estant per sobre dels registrats en el 2021 (3.248 places menys al gener i 2.860 al febrer).



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABTurisme.

IV. ACCIONS DE PROMOCIÓ.

A continuació es destaquen algunes de les campanyes i accions de promoció turística que ha realitzat el Consorci de Turisme del Baix Llobregat aquest 2021.

4.1 Campanyes de promoció turística

Setmana Santa

Aquesta nova campanya turística amb propostes d'oci, cultura, natura, gastronomia i allotjaments va promocionar el Baix Llobregat amb l'objectiu d'incrementar la notorietat i posicionament de la comarca, atraure i augmentar el nombre de visitants i turistes, i reactivar aquesta important activitat econòmica del Baix Llobregat.

Estiu

La campanya donava a conèixer i impulsava més de 100 plans per a gaudir d'un estiu especial al Baix Llobregat. La comarca ha protagonitzat nombroses notícies i amplis reportatges en diferents mitjans de comunicació tant de premsa local, com comarcal, nacional i internacional.

La Ruta del TRAM

Per impulsar els atractius turístics, culturals i gastronòmics del Baix Llobregat. La ruta convida a descobrir indrets rellevants, edificis emblemàtics i l'oferta gastronòmica a l'entorn del tramvia a la zona del Baix Llobregat. La ruta no només vol apropar-nos a la cultura del territori sinó que també vol incentivar el consum de productes locals, tot fomentant el consum sostenible.

Al BAIX Llobregat, ofertes FLAIX

El mes de novembre, el Consorci de Turisme va posar en marxa una nova campanya de promoció turística. Amb aquesta acció es va atraure especialment als visitants de proximitat interessats en gaudir de la comarca en les seves escapades de cap de setmana.

La campanya va estar en vigor en exclusiva tres caps de setmana del mes de novembre, del 12 al 28. L'objectiu, donar una nova empenta al sector turístic del Baix Llobregat, just abans de l'arrancada de la campanya de Nadal.

És Nadal al Baix Llobregat

Campanya de nadal que va recollir les principals activitats i propostes nadalenques que es celebren durant aquesta època de l'any.

4.2 Promoció del turisme MICE

Baix Llobregat Convention Bureau ha reactivat la promoció de la comarca com a destinació MICE. S'ha treballat en un pla de reactivació de l'oferta MICE, que va incloure la creació de material de suport per l'enfortiment del posicionament de la comarca, la incrementació de la presència en els mitjans de comunicació i xarxes socials, i el foment de la connexió, col·laboració i cocreació entre les empreses adherides, donant un fort impuls a la formació, el networking i a la sostenibilitat.

4.3 Promoció de la gastronomia

Accions de promoció de la gastronomia km0 per a l'impuls a la gastronomia de la comarca i presentar-la com un important reclam per atraure al públic de proximitat. Amb aquest objectiu, com a novetat s'ha rodat un [nou spot](#) que mostra la varietat i la gran qualitat que ofereixen més de mig centenar de xefs apassionats de la terra i del producte que els ofereix el seu entorn, especialment el Parc Agrari del Baix Llobregat.

4.4 Impulsar la comarca com a destinació sostenible

Aquest 2021 el Consorci de Turisme del Baix Llobregat ha obtingut per primera vegada el segell [Compromís per la Sostenibilitat Turística Biosphere](#), corroborant la clara aposta per la sostenibilitat en la destinació. I és que, en el context social i econòmic actual, caracteritzat per un canvi en les motivacions i pautes de consum turístic, per al Consorci és una prioritat el desenvolupament de l'activitat turística en el territori a través d'una estratègia de turisme sostenible.

4.5 Millora de la competitivitat del sector

Continuïtat de programes de competitivitat com el calendari de sessions formatives per les empreses turístiques, l'Observatori de Turisme, els Punts d'Informació Turístics i el Compromís per la Sostenibilitat Turística Biosphere.