

Informe trimestral d'ocupació hotelera del Baix Llobregat

1T 2018

Estructura

[Dades bàsiques.](#)

[Evolució ocupació.](#)

[Evolució ocupació comparativa territorial.](#)

[Principals motius d'estada i procedència.](#)

[Impacte del Mobile World Congress i Setmana Santa en l'ocupació del trimestre.](#)

[Impacte del Mobile World Congress i Setmana Santa en les tarifes del trimestre.](#)

[Apunts metodològics.](#)

Amb la col·laboració de:

Dades bàsiques del Baix Llobregat

Turistes:
137.415

Taxa d'ocupació
1T 2018

53,1%

Previsió d'ocupació
1T 2019

49,1%

Clima empresarial

Valoració realitzada per part
dels hotelers

Valoració marxa del negoci

7,1

Sobre 10 de la marxa del
negoci

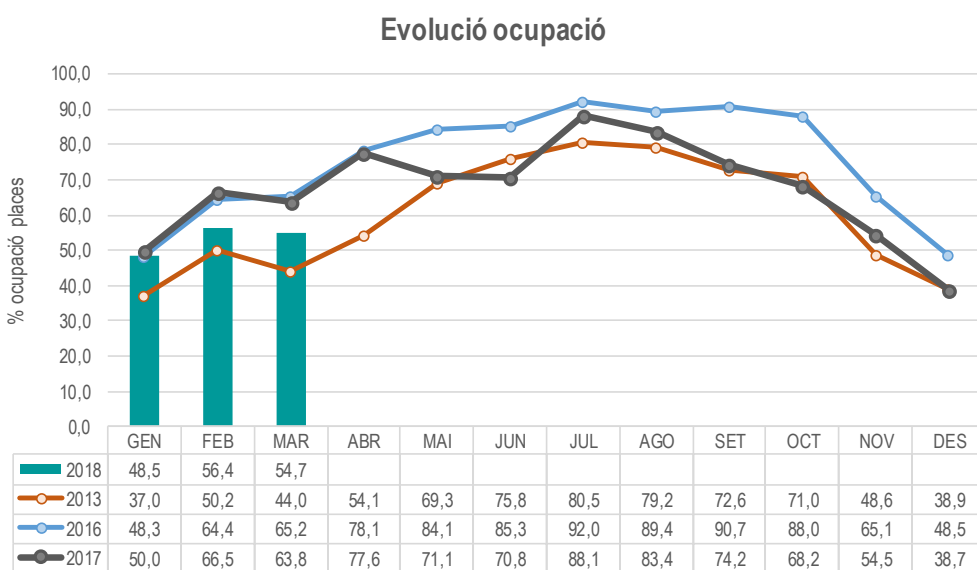
Valoració ocupació

6,9

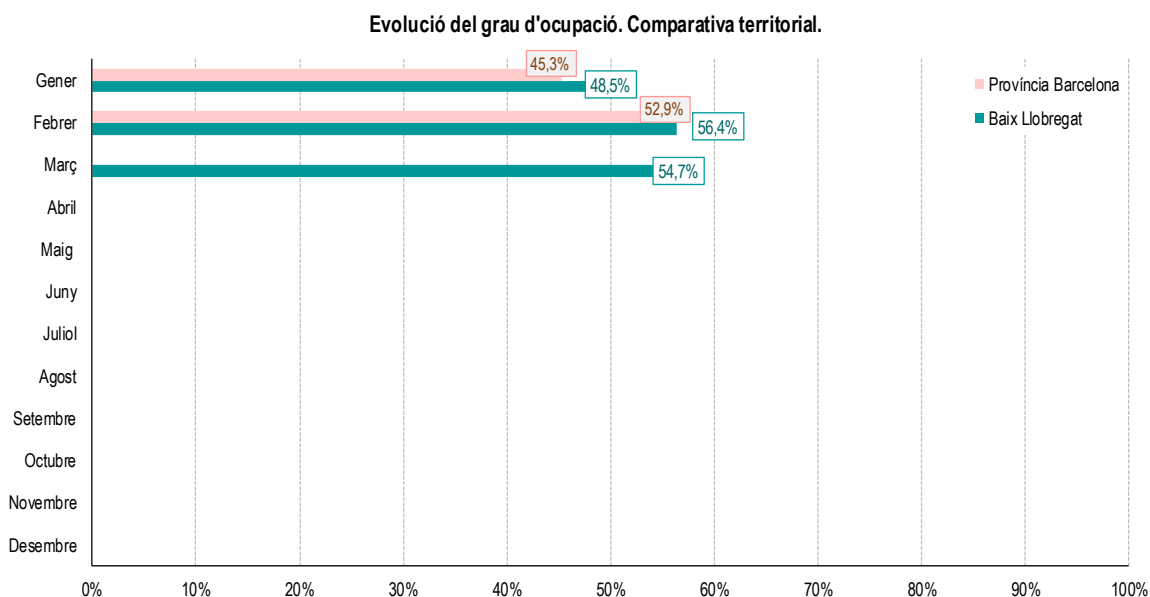
Sobre 10 de la valoració de
l'ocupació en el trimestre.

Evolució ocupació

El Baix Llobregat presenta una ocupació superior a la del conjunt de Barcelona.
Tot i presentar unes taxes d'ocupació inferiors a les del 2017, el 1T de 2018 supera el 50% de l'ocupació de totes les places ofertes al Baix Llobregat.
Febrer, millor mes en ocupació.



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

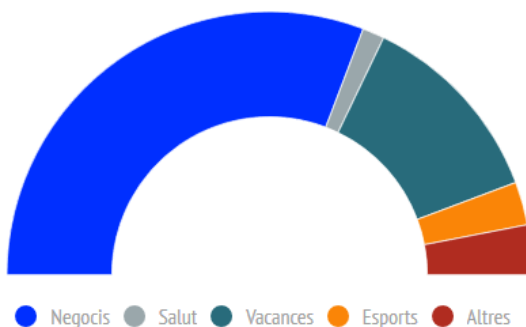


Font: Enquestes d'ocupació en establiments hotelers de l'INE i LABTurisme

Principals motius d'estada i procedències.

Negocis és el principal motiu al Baix Llobregat (61,6%). **Vacances** (24,3%) i **esports** (5,3%) són les altres motivacions d'estada als establiments hotelers de la comarca.

Principals motius d'estada



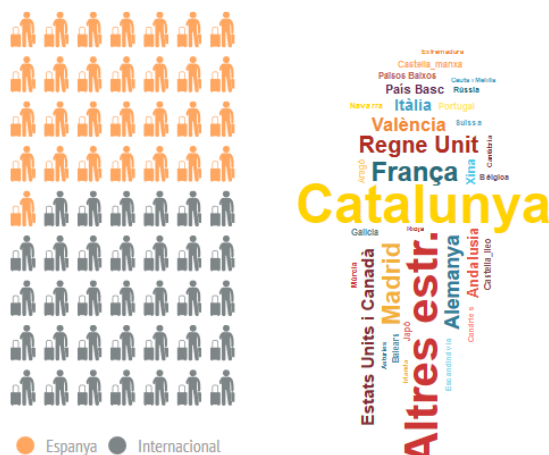
Font: OC-BL a partir de l'enquesta de TDS-LABTurisme

El principal mercat aquest trimestre al Baix Llobregat ha estat el **mercat internacional** (53,2% del total de clients).

Les principals procedències (del total de l'ocupació del trimestre) han estat: Catalunya (17,1%); França (7,5%); Madrid (7,1%); Regne Unit (6,2%) i Alemanya (5,1%).

Els clients procedents d'Estats Units i Canadà (+2,8%), Xina (+2,4%), Andalusia, País Basc o Japó (+1,7%) són **els que més han crescut** a la comarca respecte el primer trimestre de 2017. En canvi, Catalunya (-22%); Alemanya (-4,9%); França (-0,9%) o Països Baixos (-0,5%) són **els que més han disminuït**.

D'on provenen els clients del Baix Llobregat?



Font: OC-BL a partir de l'enquesta de TDS-LABTurisme

Impacte del Mobile World Congress i Setmana Santa en l'ocupació del trimestre.

Els hotels registren una ocupació propera al 79% durant el Mobile i superior al 69% durant la Setmana Santa.

Ocupacions que superen de manera destacada el global del trimestre (25% més d'ocupació en el MWC i 16% més d'ocupació en setmana santa).

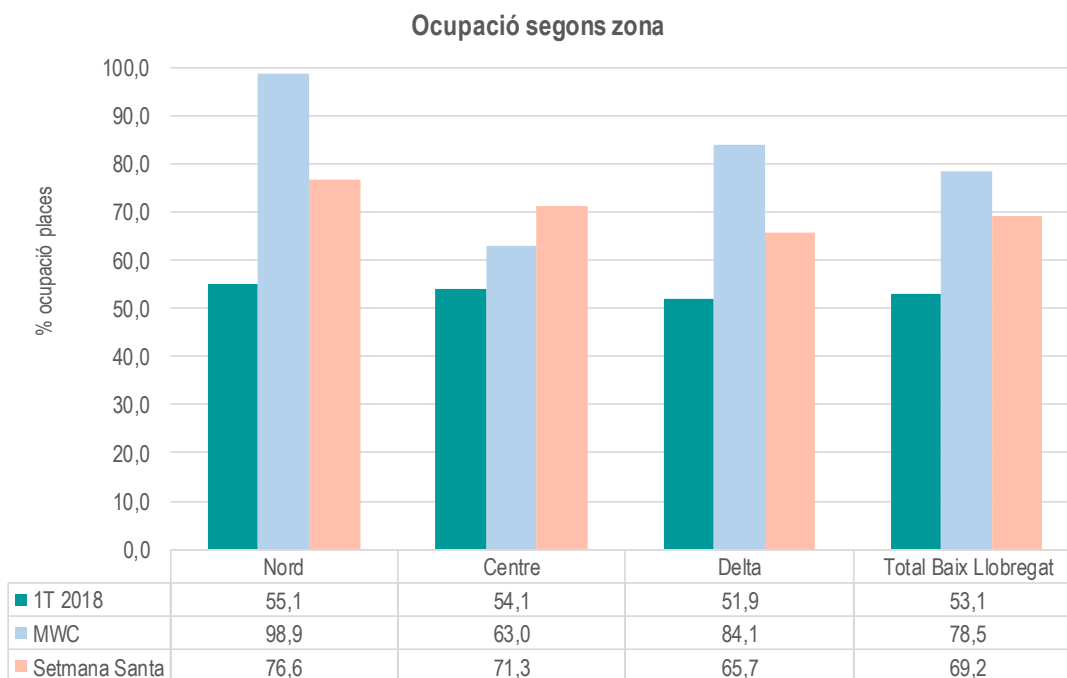
L'ocupació hotelera aquest trimestre s'ha vist afavorida per 2 temporades especials: Mobile World Congress i Setmana Santa.

En especial, ha estat el Mobile el que ha registrat les majors xifres d'ocupació:

- 17.107 pernотacions de les que més del 56% han tingut lloc als hotels de la zona Delta.
- 78,5% d'ocupació de les places hoteleres de la comarca.
- La zona Nord tot i concentrar el 16% de les pernотacions, registra gairebé un ple d'ocupació en els seus hotels.

Respecte al període vacacional de Setmana Santa:

- 23.535 pernотacions de les que més del 49% han tingut lloc als hotels de la zona Delta i 35% a la Centre.
- 69,2% d'ocupació de les places hoteleres de la comarca.
- La zona Nord tot i ser la que menys percentatge de pernотacions concentra, és la que registra una major ocupació de la seva oferta (76,6%).



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

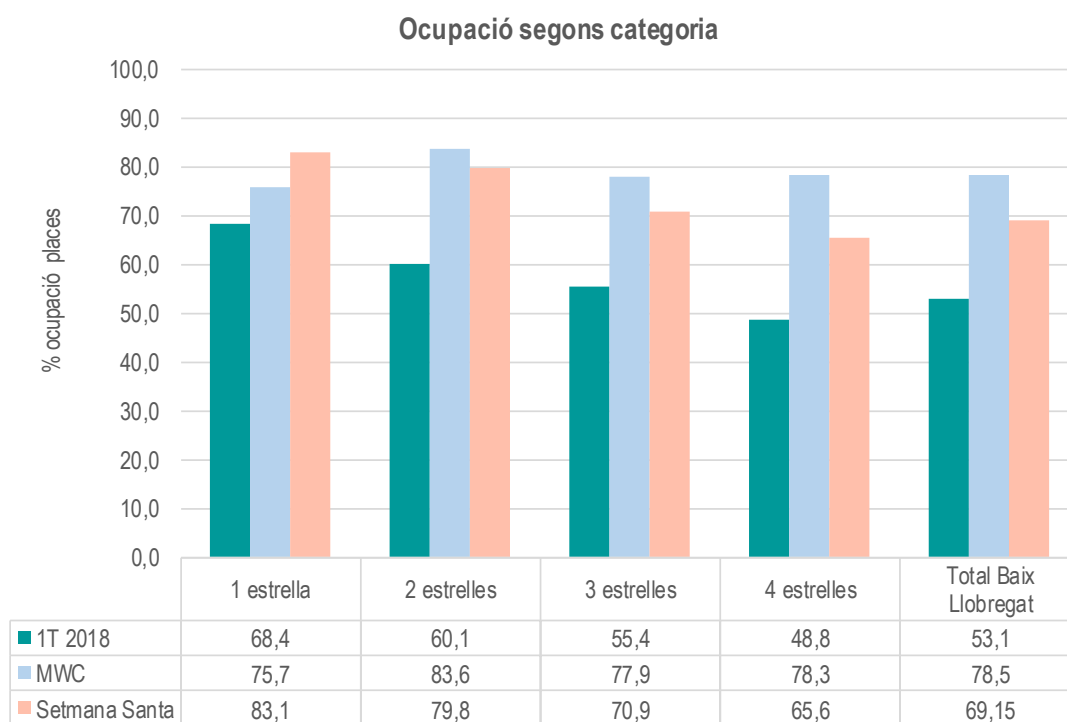
Els hotels de 4 estrelles són els que concentren el major nombre de pernотacions de la comarca. Però són els hotels d'1 i 2 estrelles els que presenten una major ocupació de les seves places ofertes.

Al Baix Llobregat registra 254.000 pernотacions en el primer trimestre. Els hotels de 4 estrelles són les que concentren el major nombre de pernотacions (55%) i els de 2 els que concentren la menor (12%).

Respecte al conjunt de les places ofertes aquest trimestre, són els **establiments d'1 estrella els que registren una millor taxa d'ocupació (68,4%)** i els de 4 estrelles registren una taxa d'ocupació inferior a la del conjunt de la comarca (48,8%).

El **Mobile World Congress** concentra la major part de les pernотacions en els establiments de 4 estrelles (61%) tot i que són els establiments de 2 estrelles el que presenten una millor ocupació de les places ofertes (83,6%).

Durant la **Setmana Santa** es concentra la major part de les pernотacions en els hotels de 4 estrelles (66%) tot i que són els hotels d'1 estrella els que presenten una millor ocupació de les seves places (83,1%) i els de categoria superior els que presenten una ocupació inferior (65,6%) a la total comarcal.



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

Impacte del Mobile World Congress i Setmana Santa en les tarifes del trimestre.

El preu mig dels hotels (64,6€) creix de manera destacada durant els dies del Mobile (139,8€) i disminueix en el període de setmana santa (61,9€).

L'increment tarifari durant el Mobile supera els 75€ respecte el total del trimestre, la disminució de setmana santa no supera els 3€.

Les tarifes d'aquest trimestre es veuen afectades per 2 temporades especials: Mobile World Congress i Setmana Santa.

Els hotels de **la zona Delta** són els que registren els preus més elevats del trimestre i la Nord els més baixos a excepció de setmana santa que és la zona Centre la que els registra.

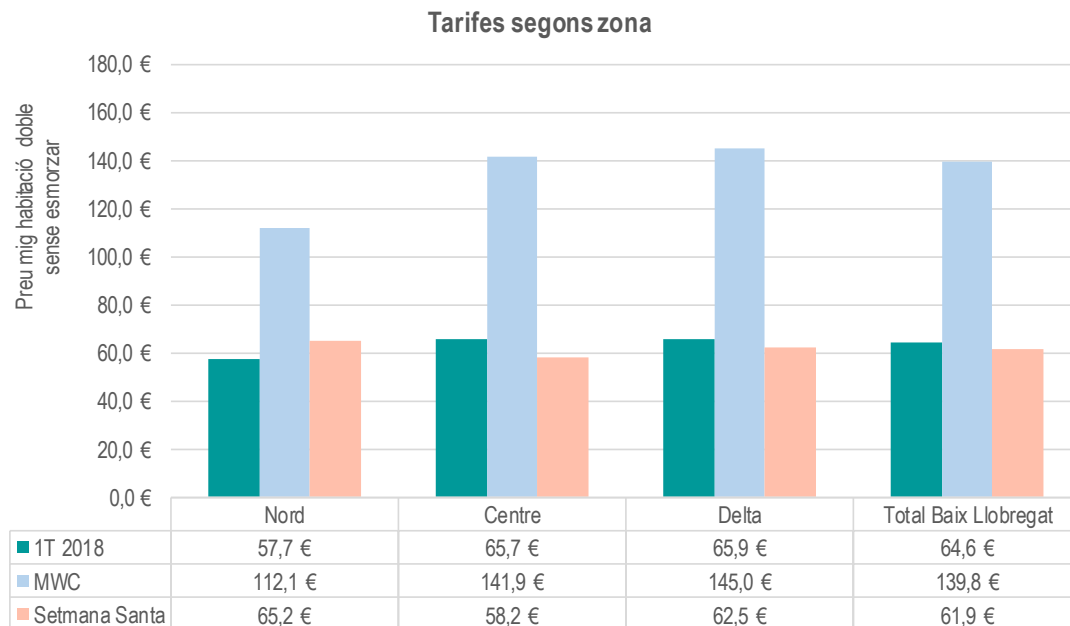
Durant el Mobile World Congress:

- És la zona Delta la que registra el preu mig més elevat i la Nord la més baixa.
- On trobem el major diferencial de preus respecte el total del trimestre a la zona Delta (79€ més) i a la Nord el menor (54€ més).

Les zones Nord i Delta són les que registren els preus més elevats durant la setmana santa.

Cal destacar que **Setmana Santa registra en gairebé totes les zones un preu inferior al total del trimestre:**

- És la zona Nord la única que ofereix uns preus superiors (7,5€ més).
- Els hotels de la zona Centre són els que més baixen els preus durant aquest període (7,4€).



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

Els hotels de 4 estrelles ofereixen els preus més elevats en el total del trimestre i durant el Mobile.

Els hotels de 3 estrelles ofereixen els preus més elevats durant la Setmana Santa.

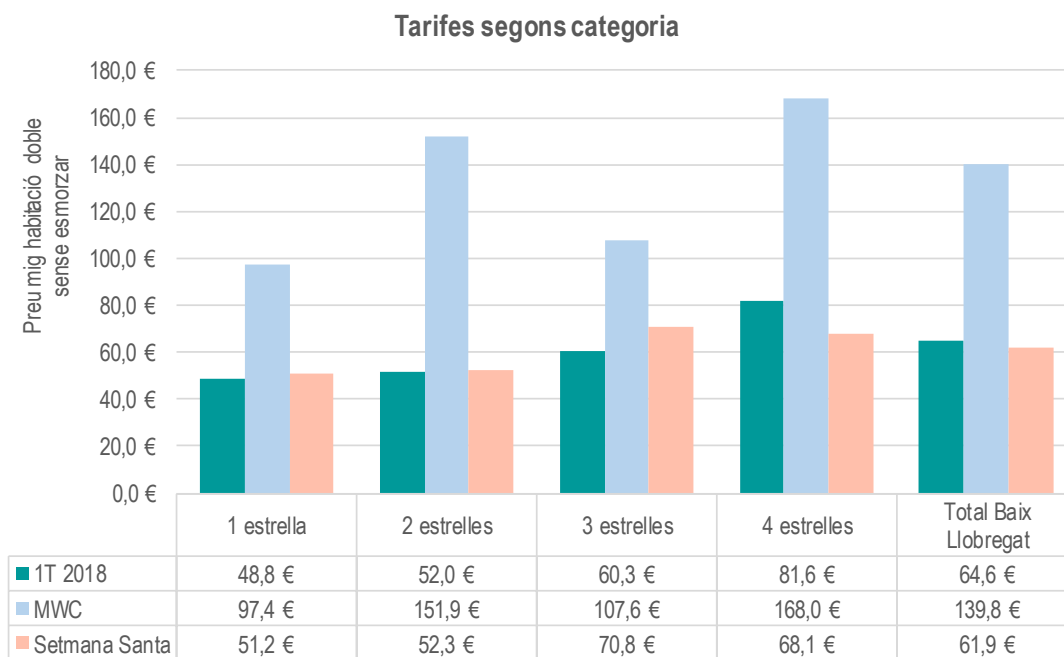
Els hotels de **categoria superior** són els que registren els preus més elevats del trimestre.

Durant el Mobile World Congress:

- Els hotels de 4 estrelles són els que tenen les tarifes més elevades i els de 1 les més baixes.
- On trobem el major diferencial de preus respecte el total del trimestre és en els hotels de 2 estrelles (100€ més) i 4 estrelles (86,3€ més). Els hotels de 3 estrelles tenen el menor diferencial (47€ més).

Els hotels de 4 estrelles són els únics que disminueixen els preus durant la Setmana Santa al Baix Llobregat.

- Mentre els hotels de 4 estrelles disminueixen en 13,5€ les seves tarifes, en els de 3 estrelles s'incrementen en 10,5€. La resta d'establiments augmenten els preus de manera més discreta (2,3€ més en els d'1 estrella i 0,3€ més en els de 2).



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

Anotacions metodològiques de l'enquesta TDS-LABTurisme.

Les dades d'ocupació que es treballen des de l'Observatori del Turisme provenen de l'enquesta que es realitza de manera periòdica i en línia a partir de la plataforma TDS-LABTurisme de la Diputació de Barcelona als establiments hotelers de la comarca.

L'objectiu de l'enquesta és conèixer l'evolució de l'activitat turística a les diferents destinacions de la província de Barcelona.

La recollida d'aquestes dades s'inicia al febrer de 2017 i l'explotació durant el primer trimestre de 2018. La comparació amb períodes anteriors serà aproximada al no coincidir amb la base de dades ni a la forma de recollir les dades (abans de febrer de 2017 les dades provenien de l'enquesta pròpia).

L'explotació de l'enquesta TDS-LABTurisme per aquest informe es realitza mensual i trimestralment. La consulta de dades és diferent segons la variable explicativa: període, categoria o zona territorial.

Principals variables que es treballen:

Places hoteleres: Places en oferta durant el període d'enquestació.

Arribades: Nombre de clients totals arribats a l'allotjament durant el període enquestat. En aquest informe també es coneixen com turistes.

Valoració del nivell d'ocupació: en una escala que va des d'1 (molt malament) a 10 (molt bé), es valora el nivell d'ocupació de l'establiment en relació al que s'esperava en el període corresponent.

Valoració marxa negoci: en una escala que va des d'1 (molt malament) a 10 (molt bé), es valora la marxa del negoci en el període corresponent.

Pernoctacions: Nombre de pernoctacions hagudes durant el període d'enquestació. Cal tenir en compte que un client pot realitzar més d'una pernoctació.

Taxa d'ocupació: Percentatge de places ofertes ocupades durant el període d'enquestació ($=\frac{\text{pernoctacions}}{(\text{places ofertes} \cdot \text{durada onada})}$).

% pernoctacions vs. % d'ocupació: El primer mesura sobre el total de pernoctacions i el segon sobre el total de places ofertes. Un territori pot tenir un major % de pernoctacions (p.ex. perquè té una major oferta de places) que d'ocupació.

Mercats: Percentatge que representen les pernoctacions realitzades per clients d'una determinada procedència. Al llarg d'aquest informe les procedències dels clients es calculen sobre el total de les pernoctacions. L'enquesta detalla totes les procedències espanyoles (segons CCAA) i les principals estrangeres (Regne Unit, França, Alemanya, Bèlgica, Països Baixos, Escandinàvia, Xina, Japó, Estats Units i Canadà, Rússia, Suïssa, Portugal).

Categories: Treballem amb les 4 categories dels establiments hotelers (d'1 a 4 estrelles). La mostra inclou alguns hostals que s'inclouen en la primera categoria.

Zones territorials: 3 zones operatives del Baix Llobregat segons criteris del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

- **Nord:** Cervelló, Corbera de Llobregat, Martorell, Sant Andreu de la Barca, Sant Esteve Sesrovires.
- **Centre:** Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Molins de Rei, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern.
- **Delta:** Castelldefels, Gavà, El Prat de Llobregat, Sant Boi de Llobregat i Viladecans.

Motivacions: Es pregunta als clients dels hotels quin és el principal motiu d'estada: negocis, salut, vacances, esports o altres.

Tarifes: Preu mig de les habitacions sense esmorzar.