

ESTUDI DE L'IMPACTE ECONÒMIC DE LA FUNDACIÓ GALA- SALVADOR DALÍ

**RESUM
EXECUTIU**

**MODEST FLUVIÀ
RICARD RIGALL I TORRENT
ALBERT SALÓ
FERRAN CASAS**

Girona, maig de 2012



**FUNDACIÓ
GALA-SALVADOR DALÍ**



Universitat de Girona

PRINCIPALS RESULTATS DE L'IMPACTE ECONÒMIC DE LA FUNDACIÓ GALA-SALVADOR DALÍ

DESPESA DELS VISITANTS

(ESTIMACIÓ DE LA DESPESA TOTAL DELS VISITANTS ALS MUSEUS)

123 milions d'euros: 66% d'augment respecte a l'any 2005, degut al creixement en el nombre de visitants (18,5%) i en la despesa per visitant (40%).

VOLUM D'ACTIVITAT ECONÒMICA GENERADA

(IMPORT DE LES TRANSACCIONS ECONÒMIQUES ORIGINADES PER LES ACTIVITATS DE LA FUNDACIÓ)

181 milions d'euros: 52% d'augment respecte a l'any 2005.

GENERACIÓ DE PRODUCTE INTERIOR BRUT

(VALOR DE LA RENDA GENERADA PER LES ACTIVITATS DE LA FUNDACIÓ)

90 milions d'euros: 67% d'augment respecte a l'any 2005 (a títol comparatiu, la magnitud estaria a l'entorn del 2,5% del PIB de l'Alt Empordà)

IMPACTE SOBRE L'OCUPACIÓ

(LLOCS DE TREBALL INDUÏTS PER LES ACTIVITATS DE LA FUNDACIÓ)

1.865 llocs de treball: 49% d'augment respecte a l'any 2005.

INDICADORS D'EFICIÈNCIA INTERNA

(COSTOS D'EXPLOTACIÓ, COSTOS LABORALS I SUBVENCIONS PÚBLIQUES REBUDES)

Resultats molt favorables amb relació als principals museus estatals, tant públics com privats: costos inferiors en un 60-75%, nul·la dependència de les subvencions públiques.

Aquest estudi s'ha dut a terme en el marc del conveni de col·laboració entre la Fundació Gala-Salvador Dalí, la Universitat de Girona i l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural.

Els autors són:

MODEST FLUVIÀ FONT, doctor en Economia i catedràtic de la Universitat de Girona

RICARD RIGALL I TORRENT, doctor en Economia i professor titular de la Universitat de Girona

ALBERT SALÓ MAYOLAS, doctor en Economia i investigador postdoctoral d'ESADE Business School (Universitat Ramon Llull)

FERRAN CASAS CODERCH, ajudant de recerca

1. Evolució recent	4
2. Perfil dels visitants	6
3. Metodologia dels estudis d'impacte	9
4. Fonts informatives	11
5. Impacte econòmic de la Fundació Gala-Salvador Dalí	12
6. Distribució i localització dels impactes	14

1. EVOLUCIÓ RECENT

La Fundació Gala-Salvador Dalí es manté com la primera institució privada de l'Estat Espanyol en nombre de visitants a museus de Belles Arts i la tercera a nivell global, només pel darrere del Museo Nacional del Prado i del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. El 2011, el nombre de visitants dels centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí ha estat de 1.431.748 visitants, gairebé un 8% més que l'any 2010.

TAULA 1
Nombre de visitants i tipus de titularitat dels principals museus de Belles Arts a Espanya. Anys 2005 i 2011.

	NOMBRE DE VISITANTS		TITULARITAT
	2005	2011	
Museo Nacional del Prado	1.996.496	2.911.767	PÚBLICA
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	1.590.099	2.705.529	PÚBLICA
Fundació Gala-Salvador Dalí	1.208.726	1.431.748	PRIVADA
Museu Picasso**	1.074.060	1.045.837	PÚBLICA
Museu Guggenheim-Bilbao	965.082	962.358	PRIVADA
Museu Nacional d'Art de Catalunya	769.914	938.405	PÚBLICA
Museo Thyssen-Bornemisza	643.784	1.070.390	PRIVADA
Fundació Joan Miró**	495.880	1.102.558	PRIVADA
Institut Valencià d'Art Modern	429.661	1.116.284	PÚBLICA
Museo de Bellas Artes de Bilbao**	142.067	192.000	PRIVADA
Museo Artium**	92.000	101.000	PÚBLICA
Fundació Antoni Tàpies**	62.132	81.727	PRIVADA
Museu d'Art de Girona**	-	81.480	PÚBLICA
Museo de Bellas Artes de Valencia**	180.265	122.549	PÚBLICA

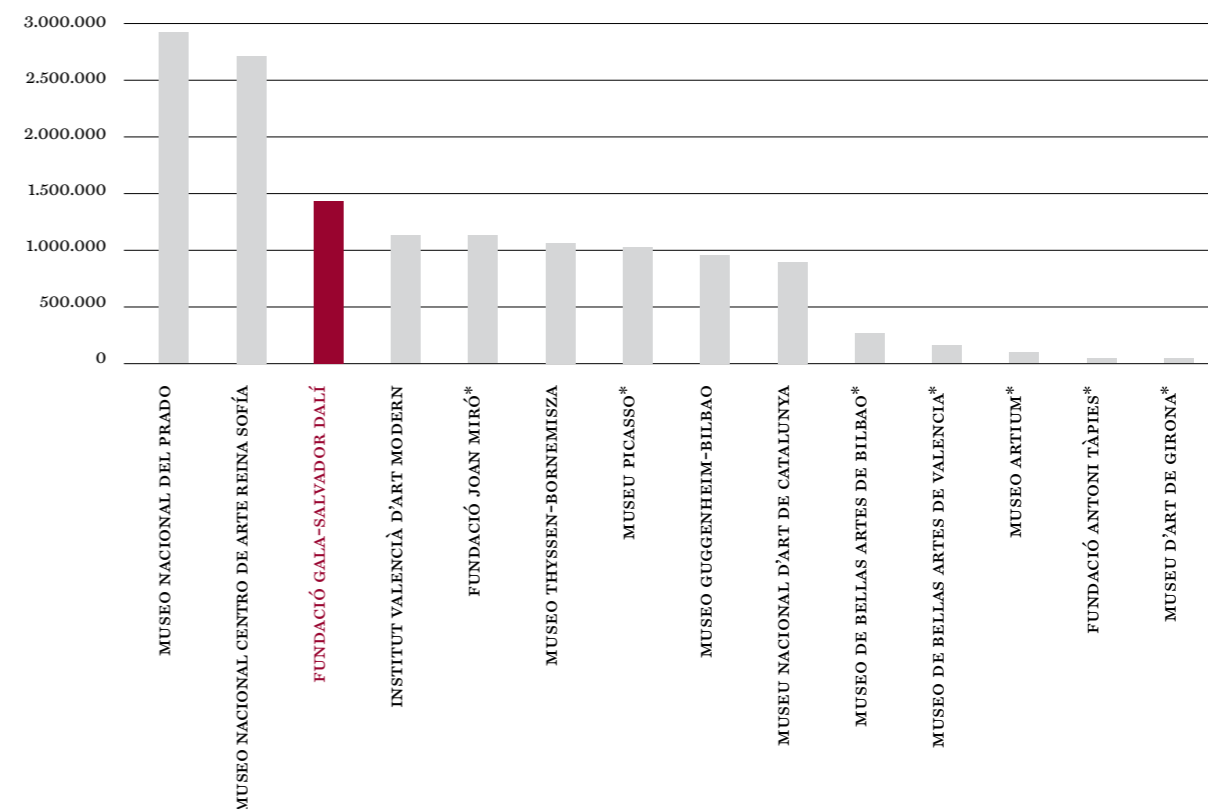
* La Fundació Antoni Tàpies va estar tancada per reformes des de l'any 2008 fins al març del 2010.

** Any 2010. Número de visitants del 2011 pendents de publicació.

Font: Pàgines web dels museus, Estadístiques (Museus i Col·leccions obertes al públic) de la Generalitat de Catalunya i Consumer.es (Eroski), Museos de Bellas Artes a Examen.

GRÀFIC 1

Nombre de visitants dels principals museus de Belles Arts a Espanya. Any 2011.



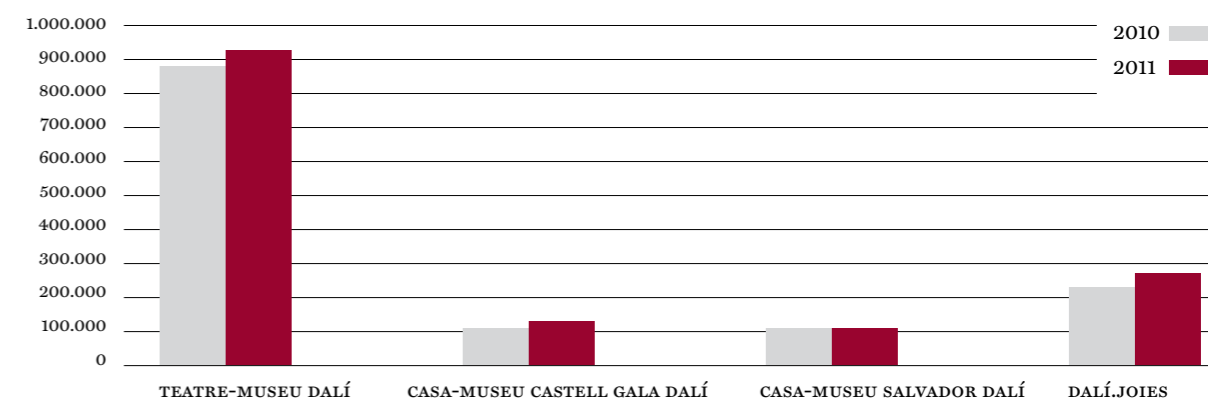
* Any 2010.

Font: Pàgines web dels museus, Estadístiques (Museus i Col·leccions obertes al públic) de la Generalitat de Catalunya i Consumer.es (Eroski), Museos de Bellas Artes a Examen.

Tots els centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí han incrementat el nombre de visitants durant l'any 2011. Ressalten els increments superiors al 18% de la Casa-Museu Castell Gala Dalí i Dalí.Joies.

GRÀFIC 2

Nombre de visitants dels centres d'Art de la Fundació Gala-Salvador Dalí. Anys 2010-2011.



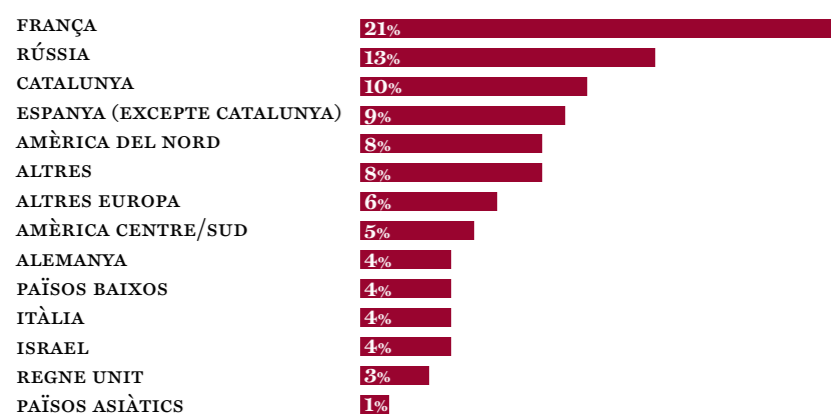
Font: Estadístiques Fundació Gala-Salvador Dalí.

2. PERFIL DELS VISITANTS

Les xifres del darrer exercici 2011 mostren un perfil de visitant del Teatre-Museu Dalí de Figueres majoritàriament estranger (81%), per damunt de catalans i resta d'espanyols (19%). De la mateixa manera que en anys anteriors, continua el predomini dels visitants francesos, posició mantinguda i consolidada en els darrers anys, situada per damunt del 20%. Cal destacar l'expansió del visitant d'origen rus, especialment en aquest darrer any 2011, en què ocupa el segon lloc, amb el 12,5% del total de visites. D'altra banda, d'acord amb la taula 2, Barcelona és el lloc on s'allotgen la majoria de visitants del Teatre-Museu Dalí i aquests ho fan sobretot en hotels. Aquest perfil contrasta amb la resta de centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí. El mitjà de transport escollit per la major part dels visitants continua essent el cotxe, tot i el notable percentatge dels qui arriben en tren (21%) –una proporció bastant estable en el temps– i bus turístic (17%) –que s'ha constatat especialment en aquest 2011–. Finalment, hi ha un predomini del petit nucli familiar, que visita la ciutat de Figueres i valora molt positivament el Teatre-Museu Dalí.

GRÀFIC 3

Procedència dels visitants del Teatre-Museu Dalí. Any 2011.



Font: Enquestes Fundació Gala-Salvador Dalí.

TAULA 2

Perfil dels visitants del Teatre-Museu Dalí. Any 2011.

LLOC D'ALLOTJAMENT	TIPUS D'ALLOTJAMENT	MITJÀ DE TRANSPORT	VISITA TAMBÉ FIGUERES	EDAT	GRUP DE VIATGE	VALORACIÓ
Barcelona, 37%	Hotel, 54%	Cotxe particular, 42%	Sí, 62%	-18 anys, 3%	Família, 54%	Excepcional, 36%
Costa Brava, 27%	Casa particular, 15%	Tren, 25%	No, 38%	19 a 25 anys, 13%	Amics, 23%	Molt bé, 46%
Figueres, 7%	Apartament, 13%	Bus tour, 15%		26 a 40 anys, 41%	Grup, 16%	Bé, 16%
Girona, 5%	Camping, 6%	Cotxe de lloguer, 10%		41 a 65 anys, 37%	Sol, 7%	Malament, 1%
Cadaqués, 2%	Alberg, pensió, 5%	Bus línia, 3%		+65 anys, 6%		Altres, 1%
Altres, de pas, 22%	Altres, 7%	Altres, 5%				

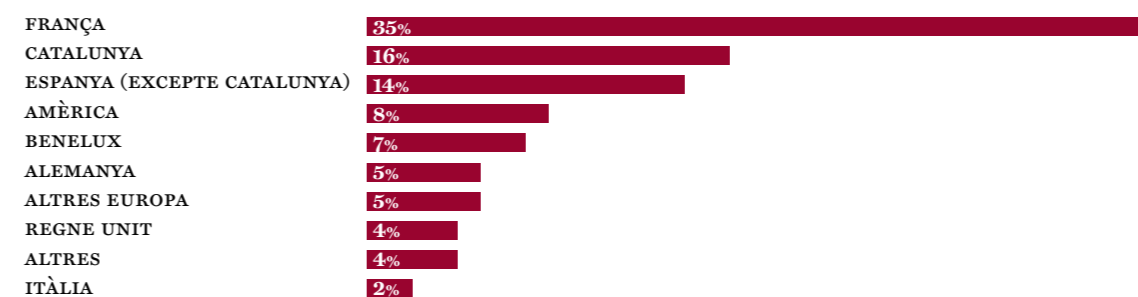
Font: Memòries Fundació Gala-Salvador Dalí.

El 2011, el perfil del visitant de la Casa-Museu Salvador Dalí de Portlligat mostra un percentatge del 70% d'origen estranger. El pes dels visitants francesos és del 35%, seguit dels catalans i els de la resta de l'Estat, que representen entre un 14% i un 16% del total. És destacable l'atomització en la resta de visitants, amb presència de nombroses nacionalitats i amb percentatges entre el 2% i el 8% del total.

Els visitants de la Casa-Museu Salvador Dalí s'allotgen pels voltants, especialment a Cadaqués (31%) i en altres poblacions de la Costa Brava (29%). És un fet destacable que el 15% de visitants s'allotgen a Barcelona, que supera d'altres poblacions més pròximes, com Figueres o Girona. Es repeteix el prototip majoritari de petit nucli familiar, amb el cotxe com a principal mitjà de transport, que visita el municipi (Cadaqués) i que valora molt favorablement la Casa-Museu Salvador Dalí.

GRÀFIC 4

Procedència dels visitants de la Casa-Museu Salvador Dalí. Any 2011.



Font: Enquestes Fundació Gala-Salvador Dalí.

TAULA 3

Perfil dels visitants de la Casa-Museu Salvador Dalí. Any 2011.

LLOC D'ALLOTJAMENT	TIPUS D'ALLOTJAMENT	MITJÀ DE TRANSPORT	VISITA TAMBÉ CADAQUÉS	EDAT	GRUP DE VIATGE	VALORACIÓ
Cadaqués, 31%	Hotel, 54%	Cotxe particular, 61%	Sí, 91%	-18 anys, 5%	Família, 64%	Excepcional, 37%
Costa Brava, 29%	Apartament, 14%	Cotxe de lloguer, 19%	No, 9%	19 a 25 anys, 6%	Amics, 20%	Molt bé, 45%
Barcelona, 15%	Casa particular, 12%	Bus línia, 7%		26 a 40 anys, 31%	Sol, 10%	Bé, 18%
Figueres, 6%	Alberg, pensió, 2%	Bus tour, 5%		41 a 65 anys, 47%	Grup, 6%	
Girona, 3%	Camping, 6%	Tren, 1%		+65 anys, 11%		
França, 1%	Altres, 12%	Altres, 7%				
Altres, de pas, 15%						

Font: Memòries Fundació Gala-Salvador Dalí.

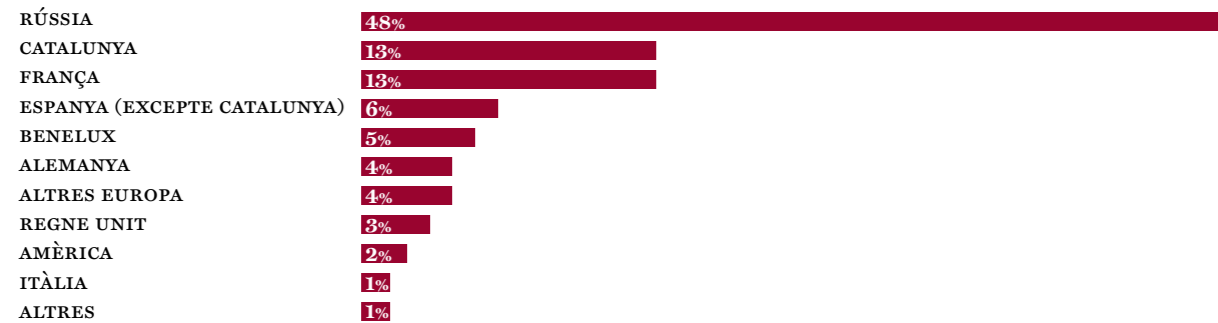
3. METODOLOGIA DELS ESTUDIS D'IMPACTE

El perfil del visitant a la Casa-Museu Castell Gala Dalí de Púbol mostra l'alta atracció de visitants d'origen rus, un fenomen notable i relativament recent. De fet, són el col·lectiu més nombrós de l'any 2011. El segon i tercer lloc l'ocupen catalans i francesos, amb un 13% cadascun.

Pràcticament el 90% dels visitants hi van amb cotxe (propri o de lloguer) i s'allotgen majoritàriament en hotels (45%). Acostumen a fer-ho en petit grup familiar (42%), però també hi arriben parelles (37%). La major part tenen una edat compresa entre els 41 i els 65 anys. Finalment, més de la meitat visiten Púbol (60%) i la valoració de l'experiència és molt positiva.

GRÀFIC 5

Procedència dels visitants de la Casa-Museu Castell Gala Dalí. Any 2011.



Font: Enquestes Fundació Gala-Salvador Dalí.

TAULA 4

Perfil dels visitants de la Casa-Museu Castell Gala Dalí. Any 2011.

LLOC D'ALLOTJAMENT	TIPUS D'ALLOTJAMENT	MITJÀ DE TRANSPORT	VISITA TAMBÉ PÚBLIC	EDAT	GRUP DE VIATGE	VALORACIÓ
Costa Brava, 52%	Hotel, 45%	Cotxe particular, 68%	Sí, 60%	-18 anys, 2%	Família, 42%	Excepcional, 17%
Girona, 4%	Apartament, 17%	Cotxe de lloguer, 21%	No, 40%	19 a 25 anys, 4%	Parella, 37%	Molt bé, 68%
Barcelona, 4%	Casa particular, 12%	Bus tour, 4%		26 a 40 anys, 29%	Amics, 17%	Bé, 14%
Figueres, 4%	Camping, 9%	Tren, 1%		41 a 65 anys, 53%	Grup, 3%	Altres, 1%
Cadaqués, 1%	Casa rural, 7%	Altres, 6%		+65 anys, 11%	Sol, 1%	
França, 1%	Altres, 10%					
Altres, de pas, 24%						

Font: Enquestes Fundació Gala-Salvador Dalí.

Els estudis d'impacte d'un museu intenten mesurar el conjunt d'activitat econòmica (bàsicament producció, renda i ocupació) generada directament o indirecta pel museu en una zona determinada, que pot ser una ciutat, una aglomeració, una comarca, una regió o un país.

Cal distingir clarament els estudis d'impacte econòmic de les anàlisis cost-benefici social. Aquestes darreres volen determinar l'efecte net sobre el benestar social, considerant totes les vies a través de les quals un museu afecta el benestar, generin o no una activitat econòmica explícita, és a dir, comportin o no transaccions de mercat. Tot i que l'anàlisi cost-benefici és la clau per respondre a la pregunta de si la subvenció als museus resulta o no justificada des d'una perspectiva social, la seva aplicació resulta sovint més complexa i sofisticada que l'estudi d'impacte. Si bé diferents en objectius i abast, els estudis d'impacte i les anàlisis cost-benefici no són tampoc independents: si un museu genera un gran dinamisme econòmic, probablement també contribuirà positivament al benestar social.

Els estudis d'impacte econòmic solen basar-se en dues possibles metodologies: els models de base d'exportació i els models *input-output*. Tots dos es fonamenten en la seqüència "despesa-producció-renda": la despesa relacionada amb un museu incentiva la producció local i aquesta producció genera renda, a més, òbviament, d'ocupació i ingressos fiscals. En aquest estudi utilitzem una combinació de tots dos mètodes per elaborar l'impacte econòmic de la Fundació Gala-Salvador Dalí.

EFFECTES ECONÒMICS A CONSIDERAR

Cal distingir els diferents efectes que acaben configurant l'impacte econòmic total d'un museu sobre la seva zona d'influència.

- **Efectes directes:** Corresponen als efectes econòmics directament generats per la compra i el lloguer dels recursos (productes, serveis, treball, etc.) que són utilitzats en el museu. La seva consideració permet avaluar la incidència directa que tenen les despeses realitzades pel museu sobre l'economia de l'àrea de referència en el decurs d'un període determinat.
- **Efectes complementaris:** Es refereixen a la demanda generada pels visitants culturals que no és imputable directament al consum cultural. Es corresponen amb les despeses que realitzen els visitants del museu o, en general, els consumidors del museu en l'àrea geogràfica de referència i durant un període determinat, com a conseqüència del consum del servei cultural. Aquestes despeses no estan directament relacionades amb el consum del servei cultural, però en cas que aquest consum no s'hagués produït tampoc no s'haurien efectuat en el territori. Es tracta, per exemple, de despeses de restauració, transport, allotjament, compres, etc.
- **Efectes induïts:** Inclouen totes les repercussions econòmiques que els efectes directes i complementaris tenen en el sistema econòmic, tant en els aspectes de producció o renda com en el d'ocupació. Aquest tipus d'impacte es correspon amb els efectes multiplicadors que les activitats directament i complementàriament lligades al consum del servei museístic generen en el territori.

METODOLOGIA

Aquest estudi d'impacte econòmic discorre en quatre etapes. A la primera, es determina l'àrea econòmica de referència. A la segona, s'estima la despesa dels visitants imputable al consum cultural. A la tercera, es calcula el volum d'activitat econòmica i de valor afegit generat. I a la quarta, es dimensionen i localitzen els efectes totals. Sintèticament:

- En la determinació de l'àrea econòmica d'influència s'utilitzen dos indicadors bàsics: les relacions comercials (de béns i serveis) i les relacions laborals (el "capital" sol tenir sempre un espai molt més global).
- L'avaluació de les despeses generades pel consum cultural requereix dues etapes. Primera, calcular els visitants/consumidors culturals que són genuïnament i expressament atrets pel museu. Cal, a més, un estudi precís i detallat de les diferents tipologies de consumidors. Segona, i assumint el cas més freqüent en què no es disposa d'enquestes in situ fiables sobre pautes de despesa dels visitants, s'han d'utilitzar dades generals de pautes de despesa, diferenciades per tipologia, per tal d'estimar les despeses d'aquests visitants/consumidors.
- Per quantificar els efectes totals sobre el sistema econòmic de la zona de referència (producció i activitat, renda o ocupació) s'utilitzen resultats dels comptes Satèl·lit del Turisme i de la Cultura, tant de l'àmbit català com de l'estatal.
- Finalment, amb l'objectiu de dimensionar l'impacte del museu, cal establir la relació d'aquests diferents efectes sobre el conjunt de l'activitat econòmica i de l'ocupació de la zona d'influència del museu, i estimar la distribució sectorial i espacial dels efectes.

L'estudi ha utilitzat diferents fonts d'informació, pròpies i externes:

1. PRÒPIES:

- Comptes de la Fundació.
- Memòries anuals de la Fundació.
- Enquestes als visitants dels diferents centres de la Fundació.
- Enquestes pròpies als establiments comercials pròxims al Teatre-Museu Dalí.

2. EXTERNES:

- Memòries dels Museus.
- Compte Satèl·lit de Turisme (Catalunya, Espanya).
- Compte Satèl·lit de Cultura (Catalunya).
- Enquestes de despesa turística elaborades per l'Instituto de Estudios Turísticos: Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) i Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur).
- Anuari Econòmic Comarcal de Caixa Catalunya.
- Anuari Econòmic i Anuari Social de "La Caixa".
- Idescat.
- BOE.
- Dun & Bradstreet.
- Consumer.es (Eroski).

5. IMPACTE ECONÒMIC DE LA FUNDACIÓ GALA-SALVADOR DALÍ

El primer pas en el càlcul de l'impacte econòmic és, en bona lògica, la despesa dels visitants. En efecte, és principalment la demanda generada pels visitants el que estimula la producció i l'activitat.

El càlcul de la despesa efectuada pels visitants dels museus de la Fundació Gala-Salvador Dalí utilitza la informació que proporcionen les enquestes als visitants que realitza la pròpia Fundació, especialment pel que fa a dades del perfil socioeconòmic, origen, lloc i tipus d'allotjament dels visitants. Una vegada estimada la distribució per tipologies dels visitants, s'utilitzen les estimacions de despesa per tipologies que elabora i publica regularment l'Institut de Estudios Turísticos, les més fiables i homologables. Els càlculs i estimacions tenen els contrastos i els mecanismes de comprovació i consistència requerits, i les hipòtesis que en algun punt s'han d'introduir per cobrir algun buit informatiu són sempre prudents. Els resultats es presenten a les Taules 5 i 6.

TAULA 5

Detall dels visitants als centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí (2011).

MUSEUS	NACIONALS		ESTRANGERS		TOTAL
	Turistes	Excursionistes	Turistes	Excursionistes	VISITANTS
Teatre-Museu Dalí*	163.920	70.799	892.208	70.682	1.197.609
Casa-Museu Castell Gala Dalí	17.101	6.773	97.292	4.702	125.868
Casa-Museu Salvador Dalí	24.766	7.620	72.372	3.513	108.271
TOTAL	205.787	85.192	1.061.872	78.897	1.431.748

*Inclou Dalí.Joies. Font: Estimació pròpia a partir, principalment, de les enquestes als visitants dels centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí 2005 i 2011.

TAULA 6

Estimació de la despesa dels visitants als centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí (2011).

	NOMBRE	DESPESES TOTAL (EN MILERS D'EUROS)
VISITANTS ESTRANGERS	1.140.769	
Turistes que pernocten a les comarques gironines	496.956	
En allotjament de pagament	445.273	58.108
En allotjament de no pagament	51.683	3.248
Turistes que pernocten fora de les comarques gironines	564.916	36.493
Excursionistes	78.897	9.617
VISITANTS NACIONALS	290.979	
Turistes que pernocten a les comarques gironines	157.839	
En allotjament de pagament	140.950	9.908
En allotjament de no pagament	16.889	673
Turistes que pernocten fora de les comarques gironines	47.948	1.968
Excursionistes	85.192	3.237
DESPESES TOTAL (en milers d'euros)		123.252

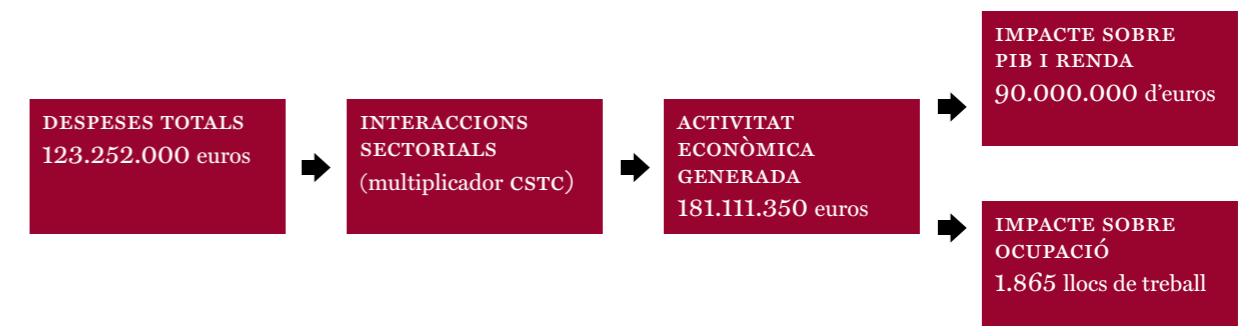
Font: Estimació pròpia a partir, principalment, de les enquestes als visitants dels centres de la Fundació Gala-Salvador Dalí (2011), Egatur, Familitur i Frontur.

La despesa dels visitants als diferents museus de la Fundació Gala-Salvador Dalí durant l'any 2011 s'estima en uns 123 milions d'euros. La despesa estimada a l'exercici de 2005 va ser de 74 milions, de manera que l'evolució en aquests sis darrers anys ha estat notabilíssima: un creixement del 66%.

Interessa ara esbrinar la raó d'aquest creixement. En particular, interessa saber si es deu a l'augment del nombre de visitants o bé a l'augment de la despesa dels visitants. I el resultat és que es deu una mica a totes dues coses, però més a la segona: hi ha un 18,5% de creixement del nombre de visitants i un 40% de creixement de la despesa mitjana dels visitants. De fet, totes dues coses no són independents: el creixement dels visitants és sobretot dels d'origen estranger –36% d'augment–, mentre que els nacionals creixen només un 9%. I són precisament els visitants estrangers els que fan una despesa superior.

Per quantificar els efectes totals de les activitats de la Fundació s'utilitzen els multiplicadors calculats en els comptes Satèl·lit del Turisme i de la Cultura de Catalunya, publicats per l'Idescat, i del compte Satèl·lit del Turisme de l'Estat, publicat per l'INE. Els intervals no són gaire elevats i s'opta per un valor prudent i pels resultats més actualitzats. El multiplicador de l'activitat és d'1,47, dintre un interval de valors que oscil·len entre 1,43 i 1,76. Els mateixos criteris de prudència i actualització han guiat la decisió sobre el multiplicador del VAB i el càlcul dels llocs de treball implicats.

El resultat es presenta a l'esquema següent:

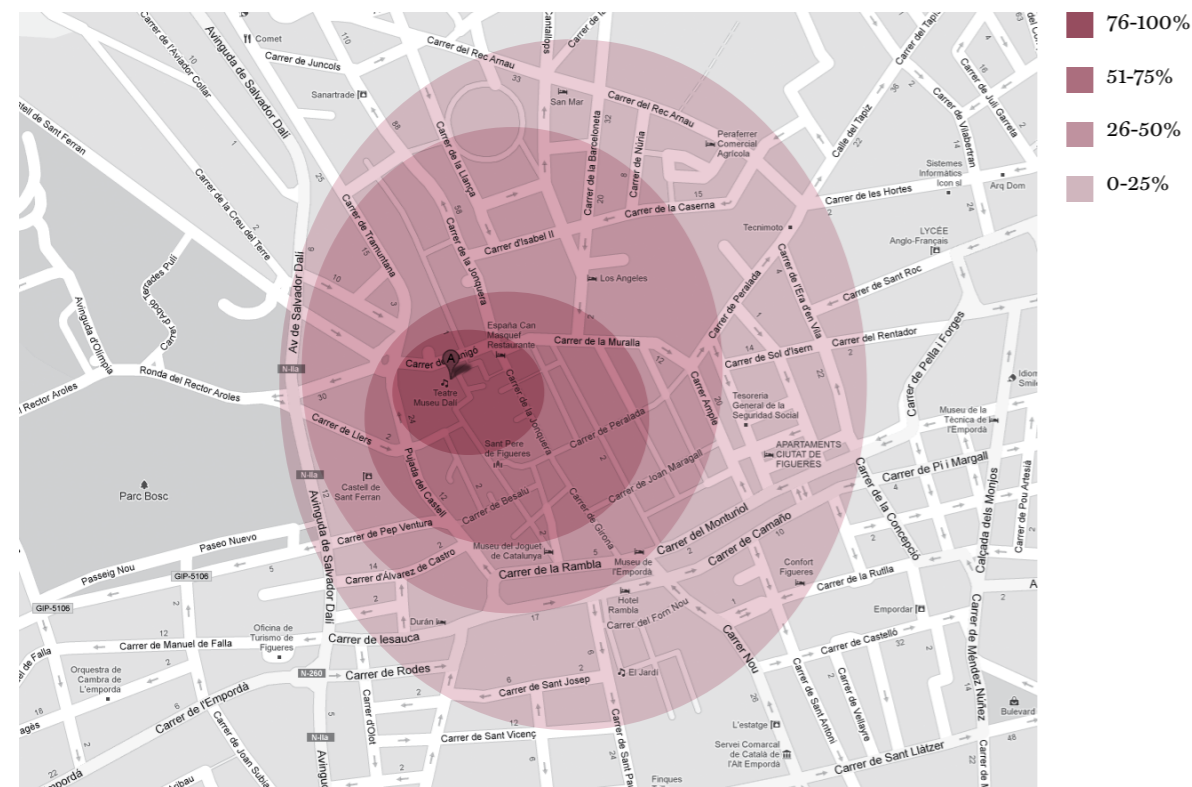


6. DISTRIBUCIÓ I LOCALITZACIÓ DELS IMPACTES

Per analitzar la repercussió d'una part de l'impacte econòmic sobre el territori, ens concentrem a analitzar la part relacionada amb els ingressos dels comerços al voltant del Teatre-Museu Dalí de Figueres. S'hi han dut a terme enquestes amb un mètode de selecció aleatori, però respectant la proporció del tipus d'establiments presents a la ciutat i la seva distància respecte al Teatre-Museu Dalí. L'objectiu de l'enquesta és esbrinar el percentatge d'ingressos que provenen de visitants del Teatre-Museu Dalí, diferenciant els mesos d'estiu (on el nombre de visitants és superior i de perfil més familiar) respecte a la resta de l'any.

Cal destacar que el 50% dels ingressos de l'estiu dels comerços a menys de 150 metres del Teatre-Museu Dalí provenen dels seus visitants. La proporció d'ingressos relacionats amb els visitants va disminuint a mesura que ens allunyem del Teatre-Museu Dalí. Tal com mostra la figura 1, els cercles de percentatges d'ingressos no són concèntrics al voltant del Teatre-Museu Dalí, degut a la influència de certs equipaments que afavoreixen el pas de més o menys visitants a la zona. Durant la resta de l'any, el pes dels ingressos que provenen dels visitants disminueix respecte a l'estiu, però es manté el mapa de les àrees d'influència.

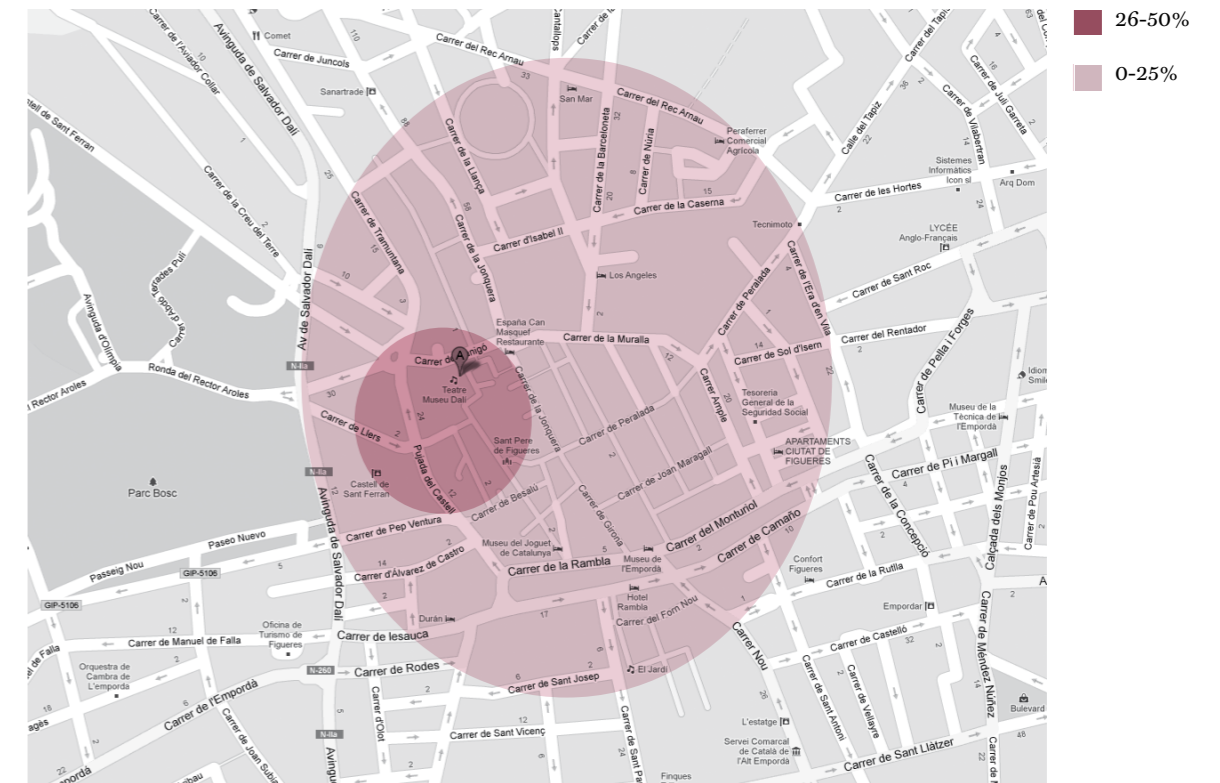
FIGURA 1
Impacte econòmic del Teatre-Museu Dalí als establiments comercials de la zona, mesos d'estiu.



Font: Elaboració pròpia a partir de les enquestes als comerços pròxims al Teatre-Museu Dalí.

FIGURA 2

Impacte econòmic del Teatre-Museu Dalí als establiments comercials de la zona, resta de l'any.



Font: Elaboració pròpia a partir de les enquestes als comerços pròxims al Teatre-Museu Dalí.

Utilitzant la informació elaborada pel Compte Satèl·lit del Turisme de Catalunya i la matriu *input-output* de despesa turística a Catalunya de l'any 2009, podem sectorialitzar l'efecte de la despesa total, distribuint l'impacte total entre les diferents branques d'activitat.

TAULA 7

Estimació de la distribució sectorial dels efectes, 2011 (en € i %)

Restauració	46.364.505,6	25,60%
Comerç i reparacions	20.465.582,6	11,30%
Transport	14.851.130,7	8,20%
Serveis d'allotjament	14.126.685,3	7,80%
Serveis empresarials	8.874.456,15	4,90%
Serveis immobiliaris	8.150.010,75	4,50%
Indústries d'altres productes alimentaris i tabac	6.520.008,6	3,60%
Activitats recreatives, culturals i esportives	4.890.006,45	2,70%
Indústria tèxtil	4.346.672,4	2,40%
Mediació financera	4.165.561,05	2,30%
Indústries càrniques	3.803.338,35	2,10%
Elaboració de begudes	3.622.227	2,00%
Altres	40.931.165,1	22,60%
Total	181.111.350	

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes Satèl·lit del Turisme de Catalunya i la taula *input-output* de la despesa turística, 2009 (Generalitat de Catalunya).



FUNDACIÓ
GALA-SALVADOR DALÍ



Universitat de Girona