

# turism estudi

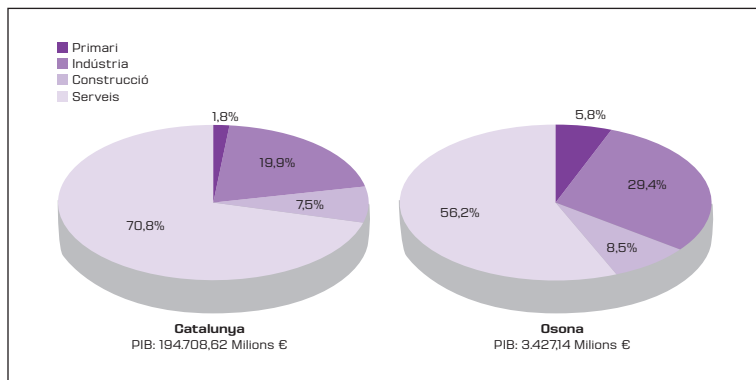
6

impacte econòmic de  
l'activitat turística a osona

## TRETS RELLEVANTS DE L'ECONOMIA D'OSONA

L'economia d'Osona representava, el 2011, al voltant de l'1,8% del PIB català. Aquest pes econòmic és molt semblant al seu pes demogràfic, un 2% de la població de Catalunya, al dels llocs de treball ubicats a la comarca, un 1,9%, i al nivell de renda dels residents que obtenen, en conjunt, un 1,8% de la renda total catalana.

**Gràfic 1. Comparació de la distribució del PIB per grans sectors - 2011**



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de Caixa Catalunya i el model SIM-SOE

La comparança amb la distribució global catalana mostra l'especialització industrial d'Osona, que aporta al voltant del 30% del PIB total, i agrícola i ramadera, que triplica el pes de la mitjana de Catalunya i aporta pràcticament un 6% del PIB. La indústria alimentària de la comarca, que es nodreix de matèria primera local, configura un clúster que és una de les peces claus de l'economia osonenca. (Veure **Gràfic 1**).

Tot i així, l'evolució econòmica recent mostra una economia que ha crescut per sota de la mitjana catalana, tant en el cicle expansiu, com en la intensitat en que l'ha afectada la crisi, amb el resultat d'una taxa d'atur que està per sobre la mitjana catalana.

## QUANTIFICACIÓ DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA

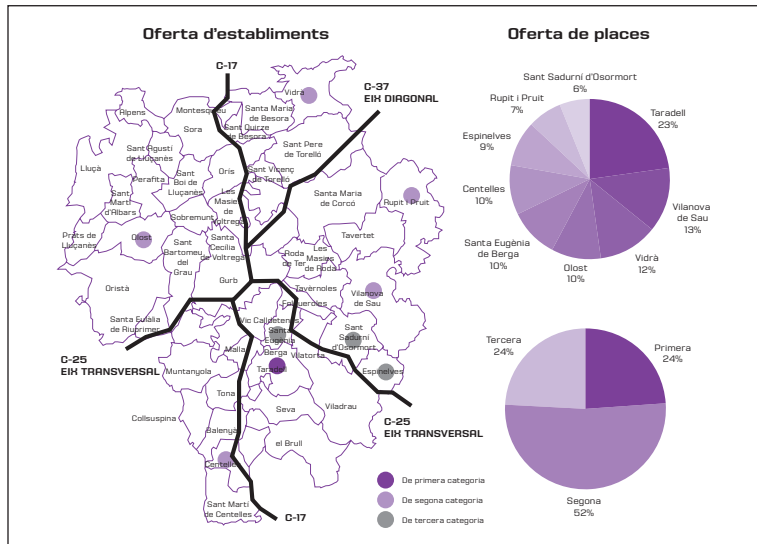
L'any 2011, la comarca d'Osona ha rebut 190.000 viatgers, ha generat a l'entorn de 430.000 pernотacions en allotjaments turístics i prop de 1.260.000 pernотacions en segones residències.

L'oferta d'Osona és una de les més diversificades respecte a la tipologia de les places d'allotjament. **Els hotels** representen el 0,7% de l'oferta de places de Catalunya i l'1,55% de les places respecte al total provincial. Es troben molt distribuïts per la comarca, amb major presència a Vic i rodalies i als municipis del Montseny, específicament a Seva, que concentra més del



Els càmpings representen l'1,1% de l'oferta de places de Catalunya i el 7,2% respecte al total de la província de Barcelona. Es tracta d'instal·lacions majoritària-

**Gràfic 3. Oferta de càmpings a Osona 2011**



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'Idescat

ment orientades al lloguer de parcel·les a usuaris permanents i caravanes, una tipologia de campistes que s'ha vist molt afectada per la crisi. Per fer-hi front, s'estan promocionant zones de bungalows que permetin allargar la temporada, millorar l'oferta de serveis i atraure noves tipologies d'usuaris. (Veure **Gràfic 3**).

Osona, amb el 6,6%, ocupa la tercera posició entre les comarques catalanes en oferta de places de turisme rural. El model predominant és la masoveria o habitatge unifamiliar fora de nucli de població, que es lloga en règim de casa sencera. La comarca compta també amb una significativa oferta de cases de colònies.

### L'ECONOMIA DEL TURISME

**L'òptica de la demanda. La despesa turística.** L'anàlisi des de l'òptica de la demanda permet obtenir les magnituds econòmiques del turisme de manera acurada, i fer estimacions sobre el seu futur.

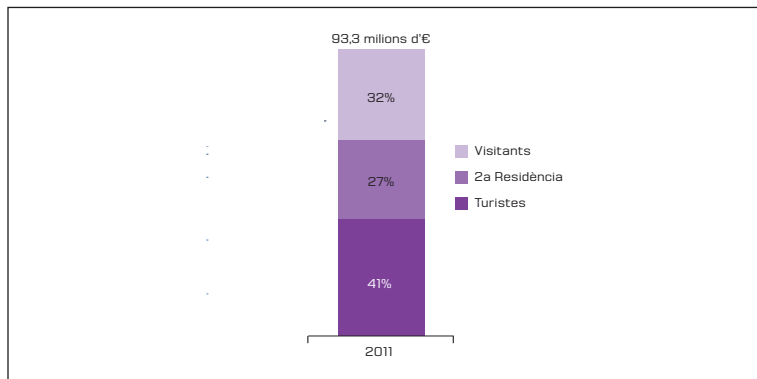
El punt de partida ha estat estimar la despesa generada a la zona pels visitants que hi arriben. Aquest s'han dividit en tres tipologies:

- Els que pernocten a la comarca (que a partir d'ara anomenarem **turistes**)
- Els que es desplacen en excursions d'un sol dia sense quedar-se a dormir (**visitants**)
- Els que disposen d'una segona residència a Osona

L'any 2011, Osona va rebre, en conjunt, una despesa turística de 93,3 milions d'euros. En el cas dels turistes, la despesa efectuada a la comarca es pot xifrar en uns 38,2 milions d'euros, mentre que les visites d'un dia van generar una despesa de 29,5 milions d'euros i les segones residències aporten una despesa anual a la zona d'uns 25,6 milions d'euros. (Veure **Gràfic 4**).

**L'òptica de l'oferta. Especialització per territoris.** L'índex d'especialització turística es calcula a partir de la quota de l'impost d'activitats eco-

**Gràfic 4. Distribució de la despesa turística a Osona el 2011**



Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts

nòmiques en els epígrafs turístics, que són, bàsicament, els establiments hotelers. L'oferta turística de la zona representaria actualment el 0,38% del total de Catalunya, i el 0,23 si es defineix l'índex d'especialització relativa, que matisa el seu pes en funció de la població de cada territori.

A escala municipal, només Seva i Rupit i Pruit tenen una especialització superior a la catalana. Cal tenir en compte, però, que aquest índex turístic no considera els temes relacionats amb la segona residència, fet significatiu en forces municipis de la comarca, i que es basa en infraestructura turística hotelera, el que pot significar una certa subvaloració en models turístics tan relacionats amb la natura com és el cas d'Osona.

La comparança de les dades sobre especialització turística del 2010 amb el que hi havia el 2004, confirma la tendència a la creixent centralització de l'activitat turística al voltant de Barcelona, ciutat que augmenta de manera molt important els seus índex turístics, i de que retruc impulsa els dels municipis més propers.

En canvi, l'índex d'especialització turística a Osona ha mostrat una forta tendència a la reducció, passant del 0,4 que enregistrava la comarca el 2004, fins el ja esmentat 0,23 del 2010. Atès que el càlcul d'aquest índex es fa en relació a la globalitat de Catalunya, el que indica aquesta pèrdua d'especialització és simplement que la comarca ha evolucionat per sota la que s'ha produït al conjunt de Catalunya, molt influït, com s'acaba d'argumentar,

pel comportament de l'entorn de Barcelona, i per una estructura turística molt centrada en les comarques costaneres.

## IMPACTE SOBRE EL PIB I L'OCUPACIÓ

La utilització de la matriu de coeficients tècnics de la taula input-output permet avaluar que les activitats turístiques han generat, el 2011, un PIB a la zona valorat en uns 59,4 milions d'euros, el que significa un 1,7% de l'economia de tota l'àrea, i possibilita l'existència de prop de 1.200 llocs de treball. Els turistes aporten al voltant del 0,7% del PIB d'Osona, mentre la segona residència i els visitants d'un dia representen cadascun d'ells un 0,5%. (Veure **Gràfic 5**).

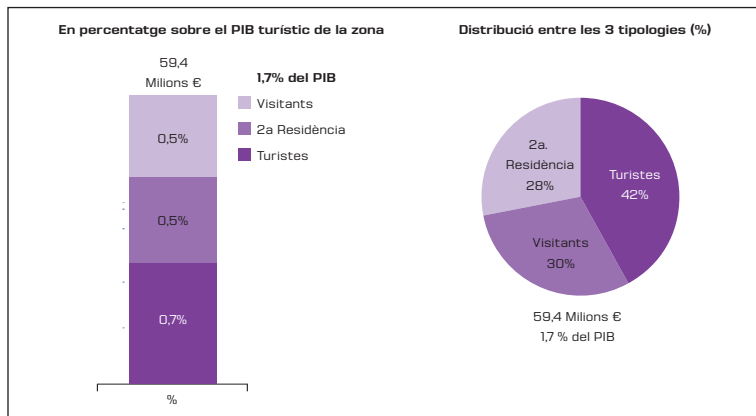
L'efecte multiplicador se situa en un 1,08 que vol dir que, per cada euro de valor afegit que es crea a la zona en activitats estrictament turístiques, es generen, també a la zona, altres 0,08 euros bé en segments productius que abasteixen al turisme o bé derivades de les rendes generades pel turisme.

La xifra anterior fa referència exclusivament a l'activitat que es porta a terme dins la comarca. Cal tenir en compte també l'anomenat *efecte spillover*, és a dir, la incidència que genera fora de la comarca la despesa realitzada en activitats turístiques a Osona. Aquests *efectes spillover* es poden xifrar en 40 milions d'euros, que afecten majoritàriament a l'economia catalana, i en molta

menor mesura a les economies espanyoles i estrangeres. En termes laborals, aquesta producció es materialitza en uns 560 llocs de treball. (Veure **Gràfic 6**).

L'hoteleria i la restauració són els més beneficiats, ja que aporten gairebé una quarta part del nou PIB generat a Osona, però l'impacte es trasllada també a un ampli ventall d'activitats, tant terciàries com industrials.

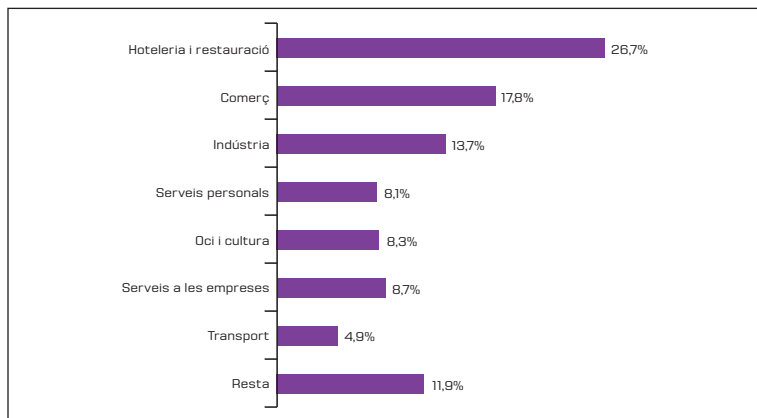
**Gràfic 5. Efectes del turisme sobre l'economia de la zona el 2011**



Font: Model Sim-Turístic

Territorialment, en termes relatius, el pes del turisme és més gran en els petits municipis de muntanya. Els municipis de la Plana, amb una economia més diversificada i amb més dimensió, mostren una estructura productiva on el turisme és menys important. Tot i així, si es fes l'anàlisi en valors abso-

**Gràfic 6. Distribució del PIB generat a la comarca per sectors productius el 2011**  
(en % sobre el total)



Aquesta distribució és sobre l'impacte global, independentment de'on s'hagi produït l'increment de PIB. Inclou efectes directes, indirectes i induïts

Font: Model Sim-Turístic.

luts, Vic, amb una gran atracció de visitants d'un dia i una estructura d'acolliment que es correspon al seu paper de capital interior, és la que aporta un major PIB turístic i, juntament amb Seva, representarien una quarta part del total.

### ESCENARIS DE FUTUR A L'HORITZÓ 2022

S'ha fet un exercici de prospectiva per tal d'avaluar quin en pot ser el potencial futur. Per fer-ho s'ha dissenyat un model que utilitza la tècnica dels escenaris.

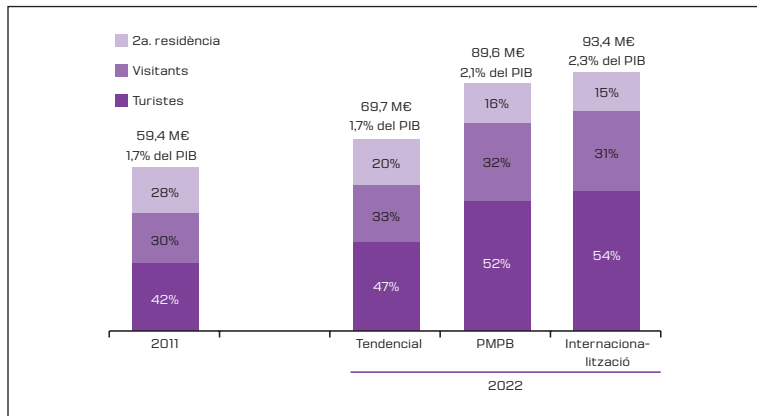
El primer escenari és el que s'ha anomenat **tendencial**, ja que segueix la mateixa tendència de creixement de la demanda per tipologies que s'ha mantingut en els darrers 5 anys a Osona, amb una mitjana d'increment de 1,99% de les pernoctacions en hotels, càmpings i cases rurals. Aquest creixement també s'ha aplicat als visitants d'un dia i a d'altres tipologies turístiques, com les cases de colònies, mentre que, per les segones residències, s'ha mantingut el comportament de la darrera dècada en quant a un progressiu procés de transformació de segones a primeres residències.

Si es compleixen les hipòtesis de **l'escenari tendencial**, a l'horitzó 2022 l'aportació del turisme a l'economia d'Osona es pot xifrar en uns 69,7 milions d'euros, és a dir, un increment del 17% respecte la xifra actual. En termes

relatiu, aportaria un 1,7% del PIB de la comarca, un percentatge similar a l'actual ja que l'escenari sobre l'evolució de l'economia d'Osona és força positiva, el que fa que el pes relatiu del turisme es mantingui.

El segon escenari s'ha elaborat a partir de les previsions **del Pla de Marketing de la Província de Barcelona (PMPB)** sobre l'evolució del

**Gràfic 7. Aportació del turisme al PIB d'Osona a l'horitzó 2022 en els diferents escenars**



Font: Model Sim-Turistic

nombre de turistes i excursionistes que visitaran la comarca en els propers anys. En concret, preveu que el nombre de turistes augmenti a un ritme del 5,5% anual, i que el de visitants ho faci al 4,0% anual. El PIB generat per les activitats turístiques a la zona augmentaria fins a 89,6 milions d'euros, un 28% superior a l'escenari tendencial, i el pes sobre l'economia comarcal augmentaria fins el 2,1%.

Finalment, el tercer escenari és el que s'ha anomenat d'**internacionalització**. En aquest escenari es planteja un exercici teòric per avaluar quins serien els efectes en el cas que l'increment de turistes que planteja el Pla de Marketing de la província de Barcelona, en hotels i cases rurals, s'aconsegüís exclusivament amb l'arribada d'estrangers, que tenen actualment un nivell de despesa un 12,5% superior al turisme nacional, percentatge que podria ser del 17% ateses les previsions de l'evolució del nivell de renda. El PIB turístic augmentaria fins els 93,4 milions d'euros, un 2,3% del PIB de la comarca. (Veure **Gràfic 7**).

## CONCLUSIONS

Resultat de la riquesa territorial d'Osona són les seves diferents ofertes turístiques, una combinació de factors d'atracció emergents, de natura i cultura, per a un turisme respectuós amb l'entorn i que valora la relació amb el territori, la natura i el patrimoni. La capital, Vic, és el principal centre

d'atracció cultural, comercial i de restauració i, dins la variada gama de paisatges de muntanya que envolten la Plana, es manté l'oferta de municipis d'estiueig de gran tradició i zones naturals amb una gran personalitat.

Osona és també una comarca amb un ampli i diversificat teixit productiu i empresarial on, comparativament, el pes del turisme és relativament petit. De totes maneres, un PIB de quasi 60 milions d'euros és important en valor absolut, quan es tradueix en forma de sous, salaris i beneficis a la comarca, més uns efectes addicionals que repercuteixen sobre la resta de l'economia catalana.

Els escenaris de futur que s'han plantejat, fins i tot el tendencial, són ambiciosos i engrescadors per una comarca on el turisme té un important potencial de desenvolupament si aprofita i treu més rendiment del model i les estructures de que disposa. Mantenir el pes del sector vol dir que el creixement del turisme ha de tenir una evolució similar a la resta de l'economia d'Osona. Augmentar el seu pes relatiu és un escenari assolible, tenint en compte que es posiciona en mercats emergents i que el grau d'ocupació de l'oferta existent és relativament baix.

Tot plegat exigeix actituds pro actives, apostar per la qualitat de la destinació i de les empreses que ofereixen els serveis, així com una major coordinació territorial i d'interrelació pública-privada, per assolir els millors resultats en un sector tan competitiu com el turisme.

L'estudi doncs s'ha centrat en posar en relleu la problemàtica i oportunitats del turisme en aquesta comarca, i quantificar la seva importància econòmica actual i futura. El seu objectiu és ajudar a mobilitzar iniciatives i col·laboracions per fer front amb èxit a aquests reptes. Esperem que aquest treball aportí alguna idea per trobar el camí.





Cambrade Comerç  
de Barcelona



**Diputació  
Barcelona**

[www.cambrabcn.org](http://www.cambrabcn.org)