



El MARQ, ubicado en Alicante en el edificio que albergó el antiguo hospital provincial. ISABEL RAMÓN

El Colegio de Economistas insta al MARQ a alcanzar acuerdos con touroperadores

► Un informe sobre la repercusión económica del museo apuesta por captar las visitas de al menos el uno por mil de los viajeros que llegan a El Altet ► El estudio propone que la galería sea para Alicante lo que el Guggenheim para Bilbao



CONFERENCIA

► **Conferencia:** Repercusión socioeconómica del MARQ en la provincia de Alicante. **Club INFORMACIÓN.** Avenida Doctor Rico, 17. **Organiza:** Colegio de Economistas de Alicante a través de su Escuela de Economía. **Día:** Lunes 25 de marzo **Hora:** 20.00

SANDRA LLINARES

■ Las posibilidades de que el Museo Arqueológico Provincial de Alicante (MARQ) pueda repercutir más en la economía de la ciudad y la provincia de Alicante son muchas y variadas. Así lo darán a conocer hoy en el Club Información los miembros del Colegio de Economistas, que han trabajado en la elaboración del informe *Repercusión Económica del MARQ en la provincia de Alicante*, en el que inciden en la proyección nacional e internacional que tiene el mismo para exportar la marca del museo acompañada de la de Alicante fuera de las fronteras de la provincia.

El documento será presentado hoy por el director de la Escuela de Economía y profesor de Economía Financiera, José Antonio Trigueros; el responsable del área de formación institucional del Colegio, Francisco Llopis; el secretario del Colegio y director general del grupo Ribera, Gonzalo Alcaide, y el vocal de la Junta de Gobierno del Colegio y presidente de la Comisión de Fiscal, Francisco Roper.

El Colegio de Economistas insta a los responsables de la galería a trabajar para alcanzar acuerdos con touroperadores y otros agentes ligados al turismo, como la asociación de hoteles de Benidorm Hsbec, para potenciar las visitas al museo, entre ellas, las de los visitantes que aterrizan en El Altet cada año.

Una de las conclusiones a las que llega el informe es la gran repercusión e impacto económico que tendría sobre la ciudad de Alicante un aumento de visitas derivado de los millones de viajeros que llegan cada año al aeropuerto. En este sentido, los economistas encargados del informe valoran que solamente captar el uno por mil de esos visitantes conllevaría un gran impacto económico en la ciudad, con un beneficio proporcionalmente mayor que la inversión que requiere trabajar en el citado aumento de visitas.

Entre otras cosas, el documento que hoy se dará a conocer detalladamente en el Club INFORMACIÓN explica también la reper-

ANÁLISIS

Siete meses de trabajo gratuito

► Siete meses les ha llevado a los autores del estudio *Repercusión económica del MARQ en la provincia de Alicante* elaborar este informe, gestionado desde la óptica de la optimización de un recurso tan valioso como el museo. Utilizando los principios de la economía, los autores han elaborado un trabajo que se ha cedido al MARQ sin compensación económica, a voluntad de sus autores, pese a ser el propio museo quien encargó el estudio, según indicó a preguntas de este diario José Antonio Trigueros. **S. LL.**

El documento recoge el impacto económico que tendría sobre el barrio del Pla un aumento de las personas que entrarán al museo

El estudio, que se presentará hoy en el Club INFORMACIÓN, plantea también conversaciones con los hoteleros de Benidorm

sión que tendría un repunte de visitas al museo en el barrio del Pla. Según sus autores, las posibilidades de proyección del barrio podrían ir ligadas a la galería. Estas visitas podrían dotarle de un gran dinamismo (los autores piensan, por ejemplo, en visitas que incluyan un menú por la zona), así como de un mayor movimiento económico.

Los encargados del estudio comparan el MARQ, museo de referencia internacional (ha albergado piezas como El Discóbolo o tesoros arqueológicos rusos), con el Guggenheim. Hoy abordarán cómo el museo de Bilbao, instalado en una zona que estaba incluso degradada, ha potenciado no solo la galería bilbaína sino la imagen, la repercusión económica y mediática y el turismo de Bilbao. «Podemos ver en el Guggenheim lo que el MARQ puede ser para Alicante», señaló a este diario José Antonio Trigueros.

Los autores explicarán, desde su punto de vista, el recorrido y la trayectoria que tiene el museo MARQ, del que dicen está a la altura de otros de referencia internacional, por lo que pensar en una visita al mismo debe ser tan automático como el que piensa en el Louvre cuando va a París o en el Guggenheim al ir a Bilbao.