



► **UN REFERENTE CULTURAL Y UN ESTÍMULO** para la economía alicantina. **1** El estudio fue presentado ayer por sus autores en el salón de actos del Club INFORMACIÓN. © RAFA ARJONES **2** El expresidente de la Diputación Provincial, Julio de España (centro), bajo cuyo mandato se impulsó el MARQ © RAFA ARJONES **3** El público siguió con detenimiento la presentación del estudio, cuya conclusión es que el museo genera un impacto positivo para la economía alicantina, superior a los 24 millones de euros anuales. © RAFA ARJONES



El impacto económico del MARQ en Alicante supera los 24 millones

► Un estudio concluye que la institución es rentable y su repercusión en la ciudad positiva ► Sólo en gastos directos de los visitantes se generan más de 9 millones

CLUB INFORMACIÓN
 CONFERENCIA
Repercusión socioeconómica del MARQ en Alicante

PINO ALBEROLA
 ■ El Museo Arqueológico Provincial de Alicante (MARQ) es una institución rentable y con una repercusión económica muy positiva para la provincia.

Esta es la principal conclusión a la que han llegado los miembros del Colegio de Economistas que han elaborado el informe «Repercusión socioeconómica del MARQ en la provincia de Alicante». Un trabajo que ayer fue presentado en el Club INFORMACIÓN de Alicante. Los encargados de presentar el documento fueron el director de la Escuela de Economía y profesor de Economía Financiera, José Antonio

Los expertos instan a las administraciones a sacar mayor provecho del museo aumentando los visitantes

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 Jun-

ta de Gobierno del Colegio y presidente de la Comisión de Fiscal, Francisco Roperó.

Según este trabajo, la institución museística genera cada año un impacto económico global de 24.683.000 euros. Para llegar a esta cantidad, el estudio cifra en cerca de 9 millones de euros el gasto directo que generan los casi 213.000 visitantes que cada año tiene el museo. «Hablamos de gasto en restaurantes, medios de transporte, pernoctaciones o compras en el entorno que realizan los turistas tanto de la provincia, como los nacionales y los llegados de otros países», explica José Antonio Trigueros. A este dinero «hay que sumar 1.720.000 euros del gasto que realizan los visitantes a los cuatro yacimientos arqueológicos que gestiona el MARQ en la provincia». La diferencia hasta los cerca de 25 millones vienen «de la propia inversión del presupuesto, por ejemplo en seguridad, mantenimiento, energía...».

Teniendo en cuenta que el presupuesto del museo ronda anualmente los 7.189.000, los au-

tores del informe concluyen que la instalación cultural es más que rentable «y su retorno hacia la sociedad positivo». Sólo en vía de impuestos, añade Trigueros, «el retorno para las administraciones ronda los 7 millones».

Sin embargo, el informe insta a las administraciones a que se haga un esfuerzo por incrementar el número de visitantes al museo. «Aquí vienen cada año más de 200.000 visitantes, pero al Guggenheim más de un millón de personas. ¿Qué tiene Bilbao que no tenga Alicante? Ambos museos tienen más o menos la misma antigüedad y aquí tenemos un buen clima y una excelente oferta turística». Para el autor del trabajo, «si se lograra aumentar las visitas en un 10%, la repercusión económica sería muy superior a ese porcentaje».

El estudio también ha tenido en cuenta el impacto económico de otras instituciones alicantinas, como el Hércules, cuya repercusión «ronda los 10.700.000 euros pese a que la afluencia de público es de 358.000 personas cada año».