

Granada Hoy



NOTICIAS

[Portada](#)
[En Portada](#)
[Opinión](#)
[Ciudad](#)
[Provincia](#)
[Deportes](#)
[Toros](#)
[Cultura](#)
[Espectáculos](#)
[Andalucía](#)
[Nacional](#)
[Internacional](#)
[Economía](#)
[Sociedad](#)
[Motor](#)
[Internet](#)



AGENDA

[Clasificados](#)
[Coches usados](#)
[Cartelera](#)
[Misas y cultos](#)
[Horóscopo](#)
[Tiempo](#)
[Sorteos](#)
[Farmacias](#)
[Transportes](#)
[Efemérides](#)
[Obituario](#)
[Pasatiempos](#)
[Programación](#)



SERVICIOS

[Suscripción](#)
[Hemeroteca](#)
[Ofertas de ADSL](#)
[Contactar](#)
[Publicidad](#)
[Quiénes somos](#)

Actualización | lunes, 02 de mayo de 2005, 06:13

HOY

[impacto económico de la alhambra](#)

El monumento nazarí aporta 188 millones al año a Granada

MAGDALENA TRILLO

@ Envíe esta noticia a un amigo

GRANADA. El impacto económico de la Alhambra en la ciudad alcanza en un año los 188 millones de euros. Esta valoración sobre la repercusión real que supone el conjunto monumental en Granada es la principal conclusión que se desprende del primer estudio de estas características que aborda el Patronato, una iniciativa que impulsó la anterior dirección y que se ha culminado a lo largo de 2004 con el análisis detallado de todos los datos y estadísticas incluidas en la investigación.

La importancia de la cifra de 188 millones habla por sí sola si se compara, como ejemplo, con que la Diputación maneja este año unos presupuestos de 198 millones, tan sólo 10 más que lo que aporta el monumento; o que la suma de las partidas de las áreas municipales de Mantenimiento, Medio Ambiente y Urbanismo –las más inversoras–, alcanzan los 155 millones este año.

La directora del Patronato de la Alhambra, María del Mar Villafranca, lanza una simple pregunta sobre la visión del conjunto monumental como recurso económico: ¿Qué pasaría con todos los sectores que viven de la Alhambra si no existiera el monumento? La propia plantilla de trabajadores, empresas de turismo, agencias de viaje, restaurantes y hoteles de la ciudad, autobuses y medios de transportes... "Todo este sector de pequeños y medianos empresarios tienen en la Alhambra el mejor aliado para su promoción".

La importancia de este tipo de análisis para mejorar la gestión del monumento ha llevado a Villafranca a impulsar un estudio mucho más amplio sobre el impacto económico del recinto nazarí, un trabajo que ya se está elaborando y que se presentará públicamente en un foro especializado en septiembre: "Los datos que manejamos en estos momentos son de tipo parcial. Dentro de unos meses podremos informar de forma mucho más detallada con un estudio comparado y con una metodología rigurosa que aporte la máxima fiabilidad de cara a la gestión pública".

Sobre el estudio económico ya culminado, Villafranca explica que el periodo de tiempo que ha servido de base ha sido el ejercicio 2002-2003 –en coincidencia con uno de los años de mayor afluencia de visitantes al recinto nazarí– y destaca que se ha utilizado como fuente para la investigación tanto datos internos –se han examinado los ingresos y gastos del organismo gestor y la encuesta a visitantes– como datos externos: información de los agentes económicos que prestan su servicio dentro y fuera de la Alhambra, el Registro Mercantil (analizando las cuentas de resultados de las empresas vinculadas con el monumento), la Estadística Económica de Andalucía, la Encuesta de Coyuntura Turística de la región, el INE, el Observatorio Turístico del Patronato Provincial de Turismo, el PIB o la renta per cápita de Granada.

Durante todo un año, un equipo de profesionales del Patronato –con asesoramiento externo– ha analizado y cruzado la información obtenida de todas estas fuentes para establecer por primera vez una valoración de lo que significa el monumento para la ciudad en términos económicos. La continuación de este estudio será la investigación que, con la participación de una empresa especializada en este campo, se dará a conocer en septiembre en el contexto de un curso organizado por el Centro Mediterráneo de la [Universidad de Granada](#) con el título *Cultura y Economía: el patrimonio como recurso en los procesos de desarrollo*. En otro foro especializado, el primer Congreso Internacional de Ciudades Monumentales organizado por el Patronato Provincial de Turismo, la secretaria general del Patronato de la Alhambra, Victoria Chamorro, ponía de manifiesto algunos de los puntos que están marcando la estrategia de gestión del conjunto monumental: concebir el monumento dentro de su contexto urbano y paisajístico –y no como una creación arquitectónica aislada–; buscar la cualificación cultural de la visita pública –con la adopción de medidas para conservar y proteger el monumento y regular los flujos de turistas–; y realizar una gestión del monumento "como recurso económico", susceptible de generar empleo, riqueza y bienestar social "así como de autofinanciar su conservación integral".

Desde el punto de vista de los efectos económicos, Chamorro sostiene que la

"incidencia de la gestión del Patronato en la ciudad es clara no sólo en relación a las actividades ligadas al sector turístico, sino al entramado empresarial que desarrolla su actividad en el ámbito de la conservación". Sobre tales efectos, destaca en primer lugar el efecto "directo" del monumento: el patronato cuenta con una plantilla de más de doscientas personas a las que se unen otras doscientas que ejercen labores complementarias de limpieza, seguridad, información y cuidado de bosques y jardines. "Se generan en torno a 400 empleos estables, necesarios para el mantenimiento del monumento y para satisfacer las necesidades de gestión y acogida de visitantes".

En segundo lugar, Chamorro recalca los efectos indirectos que la gestión tiene en la economía de la ciudad: se beneficia a las empresas y profesionales que trabajan en el campo de la restauración, de la construcción, las instalaciones, la talla en piedra y madera, los trabajos de cerámica, los transportes y servicios...

Una tercera cuestión, según Chamorro, son los efectos inducidos, es decir, los ligados a la visita de dos millones de visitantes anuales "que arrojan importantes beneficios para los sectores de la hostelería, la restauración, el comercio, la artesanía, los informadores turísticos locales y otros tipos de servicios privados y públicos utilizados por los turistas". Desde esta perspectiva, los responsables del Patronato justifican cómo la "Alhambra actúa como polo de atracción turística, riqueza, empleo y beneficio social". Aunque sólo "en la medida en que el monumento está bien gestionado, se encuentra bien conservado tanto en sus edificios como en su entorno y ofrece al visitante unas instalaciones turísticas suficientes".

Precisamente, el debate sobre la gestión del patrimonio se centra en estos momentos en la necesidad de lograr el equilibrio entre las expectativas de los visitantes, la exigencias de la conservación del bien cultural y los intereses y valores de la sociedad en el que se inserta el conjunto monumental nazarí: unas consideraciones que plantean la interacción entre el patrimonio cultural y el turismo –la regulación del uso turístico de la Alhambra– y que exigen la aplicación de una política integral que aborde el concepto cultural, social y económico.

Por este motivo, Villafranca recalca que "no es un cuestión neutra" hablar de dos millones de visitantes anuales y de un impacto de 188 millones de euros: "Cualquier actuación que realizamos en la Alhambra, todas las inversiones, tienen la rentabilidad social de saber que llegas a este importante número de personas". "En términos sociales, la proyección de cualquier tipo de intervención o rehabilitación es enorme", enfatiza la responsable del recinto nazarí en alusión a la importancia del "uso social del patrimonio" y la obligación de facilitar el acceso, comprensión y disfrute de los ciudadanos del bien cultural; trabajar en la preservación de sus valores históricos y estéticos; y procurar una "gestión rentable".

Junto al fin de "garantizar la óptima gestión del monumento", otra cuestión fundamental que destaca Villafranca es la necesidad de asegurar el equilibrio entre el gasto que se realiza en la Alhambra y su rentabilidad social. "Si aumentara en exceso el número de visitantes, la Alhambra no sería rentable", recuerda Villafranca al insistir en que la afluencia actual de turistas –que ha ido bajando de forma paulatina en los últimos años hasta situarse por debajo de los dos millones– "no es preocupante" y que "entra dentro de la normalidad". Recuerda, además, que un excesivo e ilimitado crecimiento turístico podría suponer el riesgo de "reducir el patrimonio cultural a un mero producto mercantil". "El futuro de la Alhambra está garantizado en términos de valor patrimonial. Es un recurso que se difunde y su extensión territorial permite una diversificación de itinerarios y un justo equilibrio". Es la línea y el espíritu de trabajo que marca el Plan Director que el Patronato ya ha encargado para establecer las líneas de actuación en los próximos años e iniciar una etapa de modernización en la gestión de los recursos patrimoniales.

