

Premios para dos trabajos de la UdL sobre oleoturismo y esquí

La Cátedra de Turismo de Interior y de Montaña reconoce a Xènia Flix y Wijdane Boukadi

Un trabajo sobre el oleoturismo en las Garrigas y otro sobre las redes sociales de las estaciones de esquí son los ganadores de la cuarta edición de los premios de la Cátedra de Turismo de Interior y de Montaña (TIM) de la Universidad de Lleida (UdL). Son obra de Xènia Flix Pelegrí, graduada en Administración y Dirección de Empresas y Turismo por la UdL, y Wijdane Boukadi Larhrib, del Máster en Marketing de Medios Sociales de la UdL. El acto de entrega de los premios se ha celebrado hoy en la Facultad de Derecho, Economía y Turismo.

El premio al Mejor Trabajo Final de Grado (TFG), dotado con 500 euros, ha sido para *Olea Garrigues. Creación y desarrollo de la marca turística*. Bajo la tutoría de los profesores Jaume Codina y Josep Maria Agustí, Flix ha definido una nueva marca de oleoturismo para esta comarca leridana partiendo de su potencial agrícola, cultural y gastronómico. El TFG propone una estrategia integral a partir de cuatro ejes: autenticidad, sostenibilidad, patrimonio y experiencia sensorial. La propuesta incluye identidad visual, catálogo de experiencias, acciones de promoción digital y mecanismos de colaboración público-privada. La investigación de Xènia Flix concluye que "el oleoturismo puede convertirse en un motor de desarrollo territorial y posiciona Olea Garrigues como una herramienta estratégica para reforzar la identidad comarcal e impulsar un turismo sostenible y de calidad".

El premio al Mejor Trabajo Final de Máster (TFM), dotado con 1.000€, ha sido para *La presencia digital en el turismo de esquí: análisis de las estrategias en redes sociales de Baqueira-Beret, La Molina y Port Ainé*. Wijdane Boukadi Larhrib, bajo la tutoría de la profesora Estela Mariné, ha analizado más de mil publicaciones de las redes sociales Instagram, Facebook, TikTok y X para evaluar la eficacia comunicativa de las principales estaciones de esquí catalanas. Los resultados muestran diferencias en la efectividad de los formatos, días y tipos de contenido según la red, destacando a Baqueira-Beret como la estación con la presencia digital más sólida.

El TFM de Wijdane Boukadi Larhrib también aporta recomendaciones para mejorar la estrategia digital del sector de la nieve: potenciar contenidos visuales y experienciales, asegurar regularidad en las publicaciones y optimizar el uso de cada plataforma según sus dinámicas. "El estudio se convierte así en una guía práctica para la profesionalización de la comunicación en el turismo blanco", destaca la autora.

El jurado de los premios ha destacado la calidad global de las propuestas y, especialmente, el valor añadido de los trabajos ganadores: uno, orientado a la construcción de marca turística en el ámbito rural y el otro, centrado en el análisis riguroso de las estrategias digitales en el turismo de nieve. "Estos reconocimientos refuerzan la tarea de la Cátedra en la transferencia de conocimiento y la colaboración entre la UdL y el Patronato de Turismo para impulsar el sector", han destacado el director de la Cátedra, Eduard Cristóbal, y el director del Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida, Juli Alegre.



Alegre y Cristóbal, con las premiadas / Foto: Ara Lleida

Durante el acto de entrega de los premios, el gestor del Sindicat de Tarrés, Òscar Balsells, ha pronunciado la conferencia *El turismo responsable, un camino para luchar contra el despoblamiento. El modelo Sindicat de Tarrés*.

Foto: Aralleida

Texto: UdL