

Premis per a dos treballs de la UdL sobre oleoturisme i esquí

La Càtedra de Turisme d'Interior i de Muntanya reconeix Xènia Flix i Wijdane Boukadi

Un treball sobre l'oleoturisme a les Garrigues i un altre sobre les xarxes socials de les estacions d'esquí són els guanyadors de la quarta edició dels premis de la Càtedra de Turisme d'Interior i de Muntanya (TIM [<https://catedratim.udl.cat/ca/>]) de la Universitat de Lleida (UdL). Són obra de Xènia Flix Pelegrí, graduada en Administració i Direcció d'Empreses i Turisme per la UdL; i Wijdane Boukadi Larhrib, del Màster en Màrqueting de Mitjans Socials de la UdL. L'acte de lliurament dels guardons s'ha fet avui a la Facultat de Dret, Economia i Turisme.



Alegre i Cristóbal, amb les premiades / Foto: Ara Lleida

El premi al Millor Treball Final de Grau (TFG), dotat amb 500 euros, ha estat per a *Olea Garrigues. Creació i desenvolupament de la marca turística*. Amb la tutoria dels professors Jaume Codina i Josep Maria Agustí, Flix ha definit una nova marca d'oleoturisme per a aquesta comarca lleidatana partint del seu potencial agrícola, cultural i gastronòmic. El TFG proposa una estratègia integral a partir de quatre eixos: autenticitat, sostenibilitat, patrimoni i experiència sensorial. La proposta inclou identitat visual, catàleg d'experiències, accions de promoció digital i mecanismes de col·laboració público-privada. La recerca de Xènia Flix conclou que "l'oleoturisme pot esdevenir un motor de desenvolupament territorial i posiciona Olea Garrigues com una eina estratègica per reforçar la identitat comarcal i impulsar un turisme sostenible i de qualitat".

El premi al Millor Treball Final de Màster (TFM), dotat amb 1.000€, se l'ha endut *La presencia digital en el turismo de esquí: análisis de las estrategias en redes sociales de Baqueira-Beret, La Molina y Port Aíné*. Wijdane Boukadi Larhrib, amb la tutoria de la professora Estela Mariné, ha analitzat més de mil publicacions de les xarxes socials Instagram, Facebook, TikTok i X per avaluar l'eficàcia comunicativa de les principals estacions d'esquí catalanes. Els resultats mostren diferències en l'efectivitat dels formats, dies i tipus de contingut segons la xarxa, i destaquen Baqueira-Beret com l'estació amb la presència digital més sòlida.

El TFM de Wijdane Boukadi Larhrib també aporta recomanacions per millorar l'estratègia digital del sector de la neu: potenciar continguts visuals i experiencials, assegurar regularitat en les publicacions i optimitzar l'ús de cada plataforma segons les seues dinàmiques. "L'estudi esdevé així una guia pràctica per a la professionalització de la comunicació en el turisme blanc", destaca la seua autora.

El jurat dels premis ha destacat la qualitat global de les propostes i, especialment, el valor afegit dels treballs guanyadors: un, orientat a la construcció de marca turística en l'àmbit rural i l'altre, centrat en l'anàlisi rigorosa de les estratègies digitals en el turisme de neu. "Aquests reconeixements reforcen la tasca de la Càtedra en la transferència de coneixement i la col·laboració entre la UdL i el Patronat de Turisme per impulsar el sector", han destacat el director de la Càtedra, Eduard Cristóbal, i el director del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Juli Alegre.

Durant l'acte de lliurament dels guardons, el gestor del Sindicat de Tarrés, Òscar Balsells, ha pronunciat la conferència *El turisme responsable, un camí per a lluitar contra el despoblament. El model Sindicat de Tarrés.*