

JORNADAS DE ESTUDIO

Apuestan por la Dama y por el nombre del aeropuerto como reclamos turísticos

El profesor Doménech Biosca afirma que hay que aprovechar cualquier ocasión para publicitar la marca de Elche

M. J. MORA

La concejal de Turismo, María Ángeles Avilés, y el profesor Doménech Biosca presentaron ayer las conclusiones de las jornadas que sobre el sector turístico se han celebrado esta semana en el Centro de Congresos. En este sentido, el ponente ha destacado la elevada participación en la reunión, «lo que denota la concienciación positiva que tiene el colectivo en pararse a pensar y en reflexionar sobre lo que hay que hacer para que Elche sea el destino elegido por los visitantes. Además, una cosa que me ha llamado la atención es la juventud de los participantes, que además han tomado notas». Biosca destacó también la importancia de que la sociedad civil y la administración se reúnan para hablar de diversificación en una economía globalizada, mediática y de oferta supercompetitiva. «He advertido la ilusión que suscita la posibilidad de crear turismo sostenible de calidad, que respete el entorno y que potencie las cosas propias



DIEGO FOTOGRAFOS

El profesor Doménech Biosca cree que el aeropuerto debería incorporar a su nombre la palabra Elche

El experto destaca que una cuestión primordial sería que el Elche subiera a Primera División

de la ciudad. Hay un mercado de cemento que se oferta a precio de subasta y otro que ofrece turismo de calidad», indicó el autor de casi una veintena de libros sobre el sector turístico.

Doménech Biosca también re-

saltó como conclusión de esta jornada el trabajo que viene haciendo desde hace tiempo el Instituto Municipal de Turismo, «con lo que la gente empieza a tener credibilidad en sí misma. Hay un modelo definido compuesto por siete kilómetros de costa con respeto a las dunas, hoteles de planta baja y dos alturas, chiringuitos de madera y teca, accesos fáciles desde el aeropuerto y su relación con el tema deportivo».

El profesor Biosca remarcó la singularidad de Elche, «una ciudad que lo que tiene no lo hay en

otro lado, aunque tampoco estaría de más como promoción mediática que el aeropuerto se llamara Elche, que el Elche Club de Fútbol subiera a Primera, que la Dama viniera a Elche o que los industriales incluyeran en sus cajas de zapatos la marca de la ciudad porque eso supone miles de mensajes que duplican las ganas por venir a Elche».

No obstante, el gerente del Plan de Excelencia Turística de la Costa Brava remarcó que es vital la actuación de los distintos sectores relacionados directa o indirectamente con el turismo, «hay

i CONCLUSIONES

Coincidencia con las líneas del plan FuturElx

■ La edil de Turismo remarcó las coincidencias existentes entre las conclusiones obtenidas en las jornadas de turismo y las líneas marcadas por FuturElx y que se basan en la implantación del concepto de calidad, en concienciar a los ilicitanos de los valores de la ciudad para el desarrollo del sector y en orientar al sector del turismo y a las empresas del ámbito servicios sobre los objetivos a conseguir. Avilés destacó la implicación de los 635 participantes de todos los colectivos que han acudido al congreso para conocer las claves del desarrollo de un modelo de calidad de turismo sostenible. «Hay un tema clave y es la importancia de obtener, cuidar y publicitar la marca de Elche a través de los iconos mediáticos de relevancia».

que seguir machacando la obsesión por el cliente, por la formación de los jóvenes para crear empresas pequeñas, por garantizar la felicidad del cliente. Por ejemplo, yo que me paso casi todo el año por esos mundos he de decir que de mis diez restaurantes favoritos, dos están en Elche y hay que trabajar con lo que se tiene sin dejar de soñar», explicó el profesor Biosca, quien también hizo mención a la importancia que en el trabajo que se está haciendo tuvieron las jornadas de comercio celebradas el pasado mes de octubre.