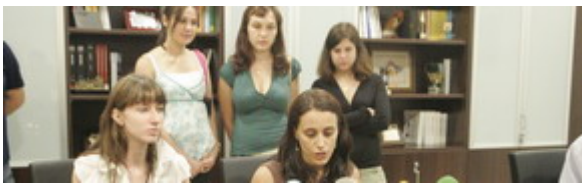


Martes, 25 de Septiembre de 2007

TURISMO

La venta del 'producto Melilla' vista por estudiantes de Turismo de Madrid

Por Ignacio Samper



Analía y Ainhoa presentaron su proyecto de crucero y mercado FOTO GUERRERO

La Ciudad propone en cada Feria Internacional de Turismo (Fitur), la posibilidad de que estudiantes de las escuelas de hotelería y de las universidades de Turismo de la Comunidad de Madrid presenten proyectos que vendan mejor la imagen de Melilla en la Península. En esta ocasión, han sido dos las mejores iniciativas presentadas y que pertenecen a la Universidad de Comilla y a la Universidad de Fuenllana. La primera idea: 'Barco Pirata Chafarinas', mientras que la segunda propuesta es 'Crucero, África y Dunas'.

La Viceconsejería de Turismo viene realizando, desde hace tiempo, una iniciativa mediante la cual los estudiantes de Turismo de la Comunidad de Madrid presentan sus propuestas con el fin de vender el 'producto Melilla' en la Península. En este sentido, el responsable de esta materia en la Ciudad, Javier Mateo, informó de que en esta ocasión, nueve ideas fueron seleccionadas y, finalmente, se erigieron como finalistas dos proyectos, uno de la Universidad de Fuenllana, y el segundo de la Universidad de Comilla.

Mateo señaló que la primera de estas ideas es 'Barco Pirata Chafarinas' de Esther Orlinas y Nuria Rodríguez, pretende recrear los viajes que realizaban los bucaneros desde Melilla hasta esta isla, "algo atrevido, que no se pondrá en funcionamiento hasta que las Chafarinas puedan visitarse", confesó Mateo.

Crucero y Mercado

El segundo proyecto se basa en la creación del paquete turístico, 'Crucero, África y Dunas', que fue presentado por Analía Martínez y Ainhoa Zapatero. Según explicó la primera esta oferta comprende la visita de cerca de 500 personas a la ciudad a través de un crucero porque "en Melilla no hay tantas plazas hoteleras para cubrir esta demanda".

Tras la llegada a Melilla, "la idea es crear un Mercado Africano para que todos los zocos de este continente aporten sus diferentes productos". Por último, el paquete concluiría con un viaje al desierto para "fomentar el deporte del esquí en las dunas".

Para este grupo de estudiantes, lo más difícil fue proyectar estas actividades sin conocer nada de Melilla y reconocieron que, de la Ciudad Autónoma, tenían la visión de "una ciudad militar y fronteriza".

Por otro lado, la profesora que acompañaba a las alumnas, María Victoria Calzado, señaló que este concurso se conoce en Madrid con el nombre de 'Premio Ciudad de Melilla al mejor producto turístico', y se convoca en todas las escuelas de hostelería de la capital, así como en las universidades de turismo y que va dirigido esencialmente a alumnos de esta especialidad.

El premio del concurso no es otro que la estancia en Melilla durante dos días para realizar, si fuera necesario, cambios en los planteamientos propuestos, ya que, según explicó Calzado, "no es posible ver la realidad de la ciudad hasta que no la visitas".

El viceconsejero de Turismo explicó se trabajará para ver si se pueden poner en marcha estas propuestas ya que, según Mateo, "algunas pueden tener mucho valor, pero otras, por el contrario, son impensables de realizar en Melilla".