



**Palabras del Dr. Cipriano Sánchez García, L.C., Rector de la
Universidad Anáhuac México, en el Congreso Internacional de
Turismo del CNET – 8º Foro Académico Turismo Anáhuac**

6 de octubre de 2016

Hotel Presidente Intercontinental Polanco

Licenciado Enrique de la Madrid Cordero, secretario de Turismo y representante personal del presidente de la República; Licenciado Pablo Azcárraga Andrade, presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico; Ingeniero Enrique Solana Sentíes, presidente de Concanaco-Servytur; estimados miembros del presidio, señores y señoras, para la Universidad Anáhuac México es un enorme privilegio colaborar por cuarto año consecutivo con el Consejo Nacional Empresarial Turístico a fin de realizar una edición más de este Congreso que también es el Foro Académico de nuestra Universidad en Turismo, tematizado como ya se ha comentado en la conectividad de la industria.

Ciertamente, esta ocasión tiene además un significado muy importante para nosotros pues, como posiblemente muchos de ustedes sepan, los dos Campus de la Universidad Anáhuac en la zona metropolitana se han unido en una única entidad llamada Universidad Anáhuac México, con la oferta de educación privada en los cincuenta programas que tiene la Universidad más grande en el ámbito privado de la zona metropolitana.

Yo estoy seguro que esta suma de fortalezas no es solamente un bien particular para nosotros, sino que también presenta a la sociedad y a la industria turística de la Ciudad de México una oferta muy valiosa en la formación de aquellos hombres y mujeres que, ejerciendo su liderazgo, van a promover el desarrollo de la industria y el desarrollo de nuestra sociedad. Yo quiero hacer mención que hace poco el secretario de la Madrid estuvo en nuestra Universidad para impartir la Cátedra Prima de la Facultad de Turismo y Gastronomía, y en esa ocasión él nos lanzó una idea muy poderosa: “Construyamos una visión de largo plazo para el turismo mexicano que no se quede solamente en periodos sexenales”. Nosotros como Universidad, le queremos decir al señor secretario que estamos ahí, estamos con él, estamos a su lado luchando también para que, efectivamente, el proyecto formativo de los jóvenes tenga también esta misma visión de tal forma que se pueda preparar ese documento Turismo México 2030 con el concurso de los diferentes actores de la industria, y propondríamos también que, la CNET en su próximo Congreso, quizá haga suyo este trabajo actuando como garante, que es lo importante de esta visión a largo plazo y la Universidad está lista para este esfuerzo.

Permítanme hacerles una radiografía de cómo queremos apoyar justamente este esfuerzo, nuestra Facultad cuenta con veintidós profesores de planta, cuatro chefs de cocina con doctorados pertenecientes, incluso algunos de ellos, al Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt. La mayoría de nuestros profesores en breve tiempo - tres años-, tendrán el grado de Doctorado, algo único también en nuestro país. Este equipo tiene también profesores especializados, tiene también las mejores instalaciones en el ámbito de cocina con laboratorios de mixología, salas de cata, laboratorios de servicio de alimentos y bebidas, laboratorio de hospedaje, *software* para apoyar la gestión de turismo, porque creemos que es en la calidad académica donde se van a formar los jóvenes que van a ser capaces de hacer que México supere este *gap* del que ya Pablo nos hablaba hace un instante, una oferta turística en México profesionalizada gracias a escuelas de alta calidad en el ámbito de la administración turística, de la restaurantería, en el ámbito de la gastronomía, es lo que nos va a hacer competitivos en América Latina, en todo el mundo y sobre todo poderle ofrecer a la industria a los hombres y a las mujeres que necesitan para este gran esfuerzo.

Contamos en ese sentido también con alianzas muy importantes con la empresa, porque creemos que ahí está también el gran trabajo, la alianza Universidad, cámaras, gobierno, empresas - en el caso nuestro, por ejemplo -, una importante alianza con el grupo que Ángel, al que también estimamos mucho en nuestra Universidad, lleva adelante.

Señor Secretario, permítame hacer un breve recuento de todas estas fortalezas con las que estamos trabajando, pensar por ejemplo que en la Universidad estamos teniendo cinco Licenciaturas en alianza con Le Cordon Bleu, que está en acreditación nacional e internacional, la Maestría en Gestión de Destinos Turísticos, y teniendo en cuenta que somos la única institución que ofrece un Posgrado oficial impartido de manera conjunta entre una Universidad y la OMT, todo esto también se refuerza con el Doctorado Internacional en Turismo, único en este nivel y en este perfil que imparte en México una institución no gubernamental.

Creo que esto son credenciales suficientes para generar ese optimismo que, desde la academia, desde la Universidad se tiene que llevar a cabo en esta gran, gran alianza. Para nosotros es muy importante el hecho de contar con Cátedras de Investigación con el Consejo Nacional Empresarial Turístico, con la Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras y el Fideicomiso para la Promoción Turística de Los Cabos, así como las publicaciones que a través de la Universidad se hacen precisamente en el ámbito del turismo, pero, más allá de todo esto que podría parecer simplemente datos fríos, para nosotros lo más importante son nuestros egresados, porque ellos son la medida de lo que nosotros estamos haciendo.

En la Universidad Anáhuac México estamos muy orgullosos de estar contando con egresados que pueden sustentar los primeros lugares de egreso en Turismo y Gastronomía en los exámenes que practica el Ceneval, alcanzando sistemáticamente el máximo nivel de desempeño y con frecuencia también alcanzando la primera posición entre las más de 200 instituciones que en este país presentan este tipo de examen.

Permítanme también reflexionar con ustedes sobre otro elemento, y es que el papel del turismo y la conectividad tienen que tener con este mundo de la industria, un aprendizaje, un aprendizaje que nos lleve a generar una nueva cultura que busque superar, sobre todo en nuestro país tan castigado por otros elementos, que busque superar la exclusión y la inequidad. La salud en la industria turística no debe tolerar el que se mide hacia otro lado para justificar a cualquier precio la ley del juego de la competitividad y la ley del más fuerte, en la que a veces el poderoso se come al débil provocando al final del camino que las personas son las que se quedan en ciertos ámbitos muy privilegiados para el turismo, sin trabajos, sin horizontes y sin salidas.

Si la industria turística viese al ser humano solamente como un bien de consumo que se puede usar y luego tirar, estaría generando un lento suicidio en esta cultura de lo desechable en la que parecería que todos estamos inmersos, en esta cultura de lo descartable. Como industria, creemos desde la Universidad que es importante incluir un crecimiento que provoque la equidad que nace de la solidaridad y de la corresponsabilidad para sembrar el bienestar, que nunca se desconecte de la realidad ni deje de ofrecer posibilidades a los diversos círculos que se hacen concéntricos alrededor de la industria turística. Nunca hay que olvidar que nuestras crisis, sobre todo la crisis financiera que en estos momentos está atravesando el mundo, tiene no solamente un elemento económico, tiene también un elemento antropológico, porque nuestro mundo se está olvidando de darle la primacía al ser humano y el gran riesgo será siempre generar ambientes de ocio en el que el último en el que se piense sea en el ser humano.

La conexión entre la industria y el turismo, y la conexión de la industria con el resto de la sociedad, reclaman una visión de bien común que se percibe como único modo de salvar los bienes particulares. El saber hacer ganar, el generar productos más allá de las especulaciones, el mirar por el bien del entorno ecológico y social, el cuidar la honestidad, el ubicar al beneficio como medio y no como fin, son aspectos que la industria debe de perseguir para seguir viviendo en armonía con su propia esencia, la esencia de la industria es la producción de bienes no la producción de males.

En nuestra perspectiva, el turismo en México, a pesar de múltiples adversidades y de su complejo entorno, vive su mejor momento y todavía tiene mejores momentos para vivir con las oportunidades y retos que se plantean en este camino, un camino en el que la Universidad Anáhuac México en unión con las instancias de gobierno, en unión con las cámaras, en unión con las empresas, está dispuesta a hacer una participación corresponsable y que todos juntos sabemos, estamos conscientes y estamos seguros, que podremos enfrentarla.

¡Muchísimas gracias y bienvenidos todos!

--ooOoo--