

BOLETÍN DE PRENSA No. 133 ->>

El turismo necesita dar mayor peso al producto que al atractivo.

La Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo (AMESTUR) A.C. y la Universidad Autónoma de Aguascalientes realizan la Primera Jornada de Actualización en Investigación Turística con el fin de identificar elementos necesarios que incidan en las economías locales y la nacional.

A este encuentro asisten integrantes de las universidades autónomas del Estado de México, Ciudad Juárez, Zacatecas, San Luis Potosí y Tamaulipas; de la Universidad de Colima, Sonora, Guanajuato y Guadalajara; así como del Colegio de Posgraduados de Puebla.

Entre las actividades que se realizan está el seminario de investigación impartido por Ignacio Pulido de la Universidad de Jaén, España; talleres y presentaciones de libros como “Entorno del turismo. Vol. IV” de Marcelino Castillo de la UAEM, y “Dinámicas funcionales del turismo y sus impactos en las ciudades Patrimonio de la Humanidad” de Agustín Ruíz Lanuza de la Universidad de Guanajuato.

Durante la ceremonia de inauguración, Rosa María Angélica Shaadi Rodríguez, Jefa del Departamento de Turismo de la UAA y Directora de la Región Centro-Norte de AMESTUR A.C., comentó que el turismo es una de las actividades que están cobrando mayor fuerza en las economías mundiales, por lo que se requiere capital humano comprometido y relacionado con un trabajo más sistemático, detallado y especializado a través de la investigación, “de modo que el quehacer turístico crezca en beneficio de las comunidades generadoras del mismo”.

Sobre la educación turística, el Presidente de la AMESTUR A.C., Onésimo Cuamea Velázquez, comentó que las universidades públicas tienen la responsabilidad de ejercer de la mejor manera los recursos públicos que se les asignan, y en especial, resolver las demandas locales y nacionales.



El Presidente de la AMESTUR explicó que debido al mundo globalizado es necesario gestionar turismo local valorado para lograr una identidad única, a través de técnicas de desarrollo,

promoción y atención competitivas ante los estándares internacionales.

Además, manifestó que un problema estructural en México ha sido la falta de investigación y la poca conformación de productos turísticos innovadores, pues se ha enfocado en la proyección de los atractivos turísticos: “esto es un plus, los paseos y actividades son el producto que puede comercializarse”.

Importante destacar que Onésimo Cuamea describió al turismo como un completo para las economías y advirtió del problema que puede ocasionar el cimentar la estabilidad de un país o región únicamente en este servicio. Por lo que son necesario estudios académicos pertinentes que incurran directamente en soluciones adecuadas a cada región y temporada para detonar el desarrollo local, lo que aportaría al país.

Finalmente, el catedrático destacó la labor de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Comentó que en Baja California fue necesaria la creación de una licenciatura en Mercadotecnia debido a las demandas del estado nortero, la cual sólo podría ofertarse hasta contar con maestros especialistas. Así se buscó el apoyo de la UAA para impartir el posgrado en Mercadotecnia en la Universidad Autónoma de Baja California, con los mismos altos estándares de calidad de dicho programa en Aguascalientes.