

DINAMIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS: FORMACIÓN.

LA EXPERIENCIA DE LA SERRANÍA ALTA DE CUENCA

María Cordente Rodríguez

Juan Antonio Mondéjar Jiménez

M^a Encarnación Andrés Martínez

Maria.Cordente@uclm.es, JuanAntonio.Mondejar@uclm.es, Encarnacion.Andres@uclm.es

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Departamento de Administración de Empresas

Universidad de Castilla-La Mancha

Tema de debate propuesto: Singularidad del mercado de trabajo turístico: talento, formación y atractivo del sector.

1. Introducción

La formación de los recursos humanos se ha señalado como uno de los instrumentos que los gobiernos poseen para alcanzar los objetivos definidos en la política turística; y ha sido uno de los instrumentos más utilizados en el caso español (Monfort, 2000). Este instrumento se engloba dentro del diseño de programas concretos a desarrollar en el sistema turístico (Velasco, 2004).

La realización de planes de formación y reciclaje de los trabajadores del sector, fue una de las recomendaciones aportadas por la Ponencia Parlamentaria sobre el Sector Turístico en el año 1991; como consecuencia se diseña el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures, 1996-2000) que en su segunda edición y derivado del énfasis en los objetivos de competitividad y sostenibilidad del sector, se diseña dentro del mismo un plan de actuación específico dedicado a la formación ("Futures Formación").

Posteriormente, el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (Plan PICTE, 2000-2006) dedica uno de sus diez programas de actuación a la formación en calidad.

Como ya hemos observado, se trata de un instrumento muy utilizado, pero que además ha sido señalado por los distintos modelos de competitividad de los destinos turísticos, como un factor determinante de la competitividad: Modelo de Kim (2001) y modelo del diamante de competitividad de Porter (1990).

La formación o mejor dicho la cualificación de los recursos humanos no constituye un recurso básico que permite el despegue de un destino turístico, sino que se trata de un recurso avanzado, que ha sido creado, y que permite crear productos y recursos y poner en valor otros recursos considerados como poco aprovechables, con los que desarrollar el destino turístico

(Perles, 2011) cubriendo así la carencia de recursos básico en el destino, tales como paisajes, recursos arqueológicos, monumentos, gastronomía y folklore entre otros.

Además la cualificación de los recursos humanos se convierte en un elemento fundamental de la satisfacción de los clientes, al estar en contacto constante con los mismos, por encima de otras características del producto como puede ser el precio (Perles, 2011).

2. Planes de dinamización de productos turísticos: experiencia Serranía Alta de Cuenca

El concepto de plan de dinamización de producto turístico surge en marzo de 2005, englobando a las dos tradicionales denominaciones de: plan de excelencia turística y plan de dinamización turística, por parte del Ministerio de Industria, Turismo y comercio. Estos planes se desarrollan en cooperación con distintas entidades públicas, para colaborar con las entidades locales y mejorar la oferta turística de nuevos mercados, potenciando la promoción más que las infraestructuras.

El Plan de Dinamización de Productos Turísticos Serranía Alta de Cuenca, surge como iniciativa de la Secretaría General de Turismo en colaboración con la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, y la Entidad para el Desarrollo Sostenible de la Serranía Conquense, con el objetivo de poner en valor y mejorar el posicionamiento turístico de la comarca de la Serranía Alta de Cuenca; zona que cuenta con recursos básicos atractivos suficientes (como el nacimiento del Río Cuervo, la hoz de Beteta o los callejones de las Majadas), que le aportan una ventaja comparativa, pero que no se encuentran plenamente incorporados al desarrollo turístico que le llevaría a obtener una ventaja competitiva, así como garantizar la permanencia del destino en el mercado y la generación de altos niveles de rentabilidad.

De esta forma, una de las líneas de actuación de este plan es la formación y calidad turística, desarrollando acciones de formación y de tutoría a emprendedores y empresarios turísticos, mejorando la cualificación de los recursos humanos locales y capacitándoles para el desarrollo turístico de la zona.

Dentro de estas acciones destacan la realización de jornadas formativas para los empresarios turísticos de los municipios que se encuentran bajo el ámbito de aplicación del plan; formación que se basa en el cuidado del entorno, prácticas de reciclaje y responsabilidad medioambiental, entre otras.

Y la segunda acción más destacada en el ámbito de formación es la realización de un taller para la especialización de informadores y dinamizadores turísticos para la Serranía Alta de Cuenca. Financiado por el Servicio de Empleo de Castilla-La Mancha (Sepecam), el proyecto proporciona formación teórica y práctica a los alumnos durante seis meses, ésta última realizada en zonas con potencial turístico del Parque Natural de la Serranía de Cuenca.

Como resultado de estas acciones se consigue motivar a los empresarios turísticos a que emprendan acciones dinamizadoras en la actividad, para mejorar la calidad de los destinos y elaborar productos que les permite captar nuevos mercados.