

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:**

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATÉGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL SECTOR DEL TURISMO DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO
3	AUTOR(es)	Garay Restrepo Diego, Mojica Bustamante Daniel Joaquin y Cubillos Garcia Jorge Eliecer.
4	AÑO Y MES	2014 -05
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	VILLACRÉS CÁRDENAS GUILLERMO
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Es una o varias ideas generales que sintetizan el proyecto. Su redacción no debe exceder de 120 palabras. Seguidamente las 120 palabras se traduce al inglés.
7	PALABRAS CLAVES	Turismo, Desarrollo economico, sustentabilidad, planeación estratégica
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector comercial
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo aplicado
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar un plan estratégico que permita el mejoramiento del sector turístico de la ciudad de Villavicencio a mediano plazo.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Realizar un análisis profundo del macro entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal de la capital metense. 2. Hacer un inventario de los atractivos que posee de la industria actual. 3. Analizar las debilidades y fortalezas actuales de la industria turística de Villavicencio. 4. Diseñar la estrategia para ser aplicada por las entidades competentes.
12	RESUMEN GENERAL	El llamado 'fenómeno' de la globalización ha generado en el planeta un intercambio masivo a todo nivel, que cada vez más trasciende lo comercial, y alcanza ámbitos culturales que derivan en la adopción y adaptación de costumbres y hábitos gastronómicos y sociales antes exclusivos del otro lado de las fronteras impuestas por los países. El turismo se ha transformado en una de las actividades más importantes del mundo, no sólo porque impacta económicamente su sector, sino además porque influye fuertemente en los resultados de otros sectores, mejora la calidad de vida de las personas e impulsa en la comunidad receptora la concientización por la protección, conservación y uso sostenible de los atractivos naturales y culturales. En el departamento del Meta, hace poco más de 10 años que el turismo se ha convertido en una de las cadenas productivas más representativas, gracias a las políticas públicas y privadas que se han venido implementando para tal fin. El trabajo mancomunado entre los diferentes actores del clúster regional ha permitido un claro crecimiento, comprobado ampliamente en las estadísticas de turistas y visitantes que arriban anualmente, y el elevado índice de restaurantes y alojamientos que llegan para quedarse. Es así que el objetivo esencial de la investigación fue el de diseñar un plan estratégico que permita el mejoramiento del sector turístico de Villavicencio a mediano plazo y largo plazo, contemplando las variables políticas, sociales y económicas, además de los factores tecnológicos, ambientales y legales de la capital metense. Todos estos decisivos a la hora de cimentar una base real para la consolidación formal de la región en esta materia.

13	CONCLUSIONES.	<p>Una vez finalizada la investigación y analizada cada una de las variables que de ella se desprendieron, podemos concluir que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Si bien es cierto que existe voluntad por parte del gobierno municipal para potencializar aún más el sector turístico de la ciudad y generar con ello una creciente recordación entre turistas como una ciudad única, hay que tecnificar y profesionalizar más este proceso, pues aún no se alcanzan los estándares apropiados para atender la demanda existente y a futuro esperada. 2. Se debe explotar el turismo ecológico pero con responsabilidad social. Actualmente son muy pocas las posibilidades que se le ofrece al turista para disfrutar de este segmento y las existentes deben mejorar su infraestructura para ser más competitivas. 3. Debemos crear conciencia para que la mayoría de fincas agroturísticas, alojamientos rurales y urbanos, abandonen la informalidad, ya que no todos están registrados ante la Cámara de Comercio de Villavicencio y COTELCO, siendo imposible regularlas. 4. Una vez realizado el inventario de los sitios turísticos de la ciudad, se ve el abandono en el que están algunos parques y sitios de interés, sumado a esto la poca capacitación sobre este tema en el sector de transporte público urbano e intermunicipal. 5. Como fortalezas encontramos la creciente demanda turística de la ciudad de Villavicencio en el país, convirtiéndose en uno de los destinos preferidos por los colombianos; indicadores socioeconómicos favorables para su desarrollo, promoviendo que inversionistas apuesten a la región. 6. De igual forma podemos concluir las más notables debilidades que han dificultado la rápida evolución del sector turístico en la capital del Meta son la desarticulación y egoísmo entre los componentes del proceso (academia, gobierno, transportadores y comercio), lo que entorpece el mejor desarrollo de un producto atractivo, además del mal estado de las vías secundarias y terciarias de la ciudad, y la poca tecnificación de la infraestructura hotelera de la ciudad entre otras.
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA DE LA JURISDICCIÓN 2013. Cámara de Comercio de Villavicencio. Pág. 7</p> <p>ANDY DRUMM Y ALAN MOORE, introducción a la planificación del ecoturismo, Segunda Edición. Volumen 1. Pág. 36</p> <p>ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución política de Colombia. Presidencia de la República, 1991.</p> <p>CEBALLOS, Lascuráin, Hector. 1998. Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible, editorial Diana, México</p> <p>COLOMBIA. Ley 300 de 1996. Artículo 32. Bogotá, 1996</p> <p>CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. Bogotá: Corporación Nacional de Turismo. 1996</p> <p>COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003): "Igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad: un plan de acción europeo". Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas, 2003</p> <p>CROUCH, G.I., J.R.B. RITCHIE Y S. HUDSON "Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/sustainability model: consumer versus a managerial perspectives", en Mazanec, J.A., Crouch, G.I., Ritchie J.R.B. y Woodside, A. G. Consumer Psychology of Tourism, Hospitality, and Leisure; cabi Publishing, 1-18 (2000)</p> <p>FERNADEZ, V. Política para el desarrollo del Ecoturismo en Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Pág. 25</p> <p>HUERTAS MARCHAL, A., Martínez López, M., Abselam Hamed, S., García Segura, M.D., Robles de Toro, J. (2008): "META: Manual Especializado en Turismo Accesible". FEJIDIF, Junta de Andalucía, 2008.</p>

GÓLCHER, Ileana. Metodología para la Investigación Social. CELA. Panamá. 1992. pág. 54.

GONZÁLEZ PASCUAL, Julián. El medio ambiente desde la perspectiva Económica y contable de la empresa". Pág. 50. 1997.

JACOBS, M. La Economía Verde, Icaria, Barcelona España, 1997. Pág. 17 J. R. B. RITCHIE., "Tourism, competitiveness and societal prosperity" Journal of Business Research, 44, 137-152. (1999)

MANUAL DE CULTURA TURÍSTICA, Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica. Pág. 45 y s.s

POLÍTICA DE TURISMO SOCIAL: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos. Bogotá Sep. 2009

PORTER, M. E., The competitive advantage of nations. Nueva York: The Free Press. (1998).

PLANES DE DESARROLLO DEPARTAMENTALES Unidos Gana el Meta 2008 – 2011" y Juntos Construyendo 2012 – 2015

PLANES DE DESARROLLO MUNICIPALES Villavicencio, Ciudad Decente de Colombia, 2008 - 2011, y Villavicencio sin miedo 2012 – 2015

PLAN SECTORIAL DE TURISMO DEL META 2009 - PLAN DEPARTAMENTAL DE TURISMO 2013

CIBERGRAFÍA

<http://noticias.telemedellin.tv>

<http://rse.larepublica.com.co/archivos>

www.infoamerica.org/teoría/laswell1.html

http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/schramm_01.pdf

www.alcaldiadevillavicencio.gov.co

<http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm>

<http://www.meta.gov.co>.

<http://www.apuntesgestion.com/2006/06/29/que-es-la-estrategia-de-comunicacion>.

<http://www.comminit.com/es/node/277416>

<http://www.uma.edu.ve/carreras/comunicacion>