



**PLAN ESTRATÉGICO META 2020
MESA DE CONVERGENCIA N° 5
SECTOR TURISMO**

I. DATOS BÁSICOS

Fecha de Realización: 17 de Octubre del 2002.

Lugar: Teatro La Vorágine.

Municipio: Villavicencio.

Metodología: Visual y Participativa.

Número de asistentes: 120 personas

II. ORGANIZACIÓN DE LA MESA.

El trabajo de la mesa se dividió en tres grupos con un promedio de 40 personas en cada uno. Cada grupo trabajó con la misma metodología, priorizando los siguientes temas: Restricciones, Potencialidades, Amenazas, Nudo y Quiebre. De igual forma, se establecieron los compromisos personales o institucionales que se adquirirían para el desarrollo del sector. Al final se formuló la Visión hacia el año 2020 en cada grupo.

Una vez terminado el ejercicio, en plenaria se socializaron los resultados de cada uno de los grupos, para todos los componentes descritos anteriormente.

El equipo técnico que estuvo al frente del ejercicio fue el siguiente:

GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C
Facilitador	Facilitador	Facilitador
N. Amanda Herrera	Nelson Ruiz	Álvaro Urrea
Asistente	Asistente	Asistente
Adriana Iguavita	Cristina Sánchez	Julissa Curvelo
Apoyos	Apoyos	Apoyos
Jenny Galvis	Lina Maritza Montenegro	Diana Marcela Muñoz
Karen Cagüeñas	Federico Chaparro	Jenny Rey
Sara Mayori Acosta		

Como conferencista invitado estuvo el señor Víctor Rafael Fernández, funcionario del Ministerio de Desarrollo Económico, quien expuso el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO 2002-2006.



III. RESULTADOS

1. RESTRICCIONES.

1.1. RESULTADOS DE LA MESA.

Los asistentes a la Mesa de Convergencia del Sector Turismo, encontraron que las Restricciones de este sector son:

1. Carencia de una promoción, una cultura turística y un sentido de pertenencia hacia la región y el sector (21.20%).
 - ◆ No existe un compromiso con la región y el sector turístico.
 - ◆ Carencia de una cultura turística en el departamento.
 - ◆ No hay una sensibilización de la población sobre la importancia del turismo.
 - ◆ Concepto restringido del sector.
 - ◆ Valoración de lo que se posee.
 - ◆ No hay una conciencia turística clara ni particular, ni gubernamental.
 - ◆ No existe un sentido de pertenencia.
2. Escasa diferenciación, promoción y divulgación de la oferta, los planes y lugares turísticos del departamento (17.51%).
 - ◆ No hay promoción y divulgación de nuestra región, ni de los sitios y planes turísticos que ofrece.
 - ◆ Escasa diferenciación de la oferta turística.
 - ◆ No hay una publicidad a escala nacional de los eventos regionales.
 - ◆ No se han explotado alternativas diferentes.
 - ◆ No hay comunicación a través de los medios.
3. Ausencia de una planificación articulada y concertada (Gremio Hotelero – Gobierno Departamental y Municipal – Academia) (13.82%).
 - ◆ No se cuenta con procesos de planeación y coordinación.
 - ◆ No hay consenso en el tipo de turismo que queremos que identifique al Llano.
 - ◆ No hay estrategias.
 - ◆ La desorganización en el sector comercial y urbano.
 - ◆ No hay planeación por parte del gobierno y el sector privado.
 - ◆ Vinculación de la universidad y estudiantes en general con el sector.
 - ◆ No hay una integración del sector privado y público.



4. No hay una capacitación de las personas relacionadas con el sector turístico (11.98%).
 - ◆ No hay una capacitación masiva de las personas que manejan el sector.
 - ◆ Baja capacitación en cuanto a las potencialidades del sector.
 - ◆ No hay formación de técnicos en turismo (mano de obra calificada).
5. No existen políticas serias por parte del sector oficial hacia el gremio turístico (11.06%).
 - ◆ No hay apoyo estatal.
 - ◆ Desconocimiento socio-político.
 - ◆ Ausencia de acciones políticas y administrativas serias y proyectadas.
 - ◆ No hay decisiones políticas para con el sector turístico como medio de desarrollo.
 - ◆ Poco direccionamiento nacional en la política turística.
6. Ausencia de información y conocimiento del sector y de los centros turísticos del departamento (10.60%).
 - ◆ No hay información sobre centros turísticos naturales.
 - ◆ Escaso conocimiento de parte de otras regiones sobre los atractivos turísticos del departamento.
 - ◆ No se cuenta con guías ni información completa sobre el turismo departamental.
7. Inadecuada infraestructura hotelera y recreacional (7.83%).
 - ◆ Deficiente infraestructura y mantenimiento hotelero.
 - ◆ Insuficiente capacidad hotelera.
 - ◆ No hay señalización de los atractivos y sitios turísticos.
8. Altos precios en los productos turísticos (4.15%).
 - ◆ Alto costo de inversión inicial.
 - ◆ Precios elevados de los servicios hoteleros y de restaurantes.
 - ◆ Alza en los precios de los productos turísticos.
9. Deficiente calidad en el servicio hotelero (1.38%).
 - ◆ Baja calidad del servicio en plantas y facilitadores.
 - ◆ Mala calidad del servicio al usuario.
10. No hay una visión empresarial (0.46%).

Teniendo en cuenta estos resultados se observó que las principales Restricciones del Sector Turismo son:



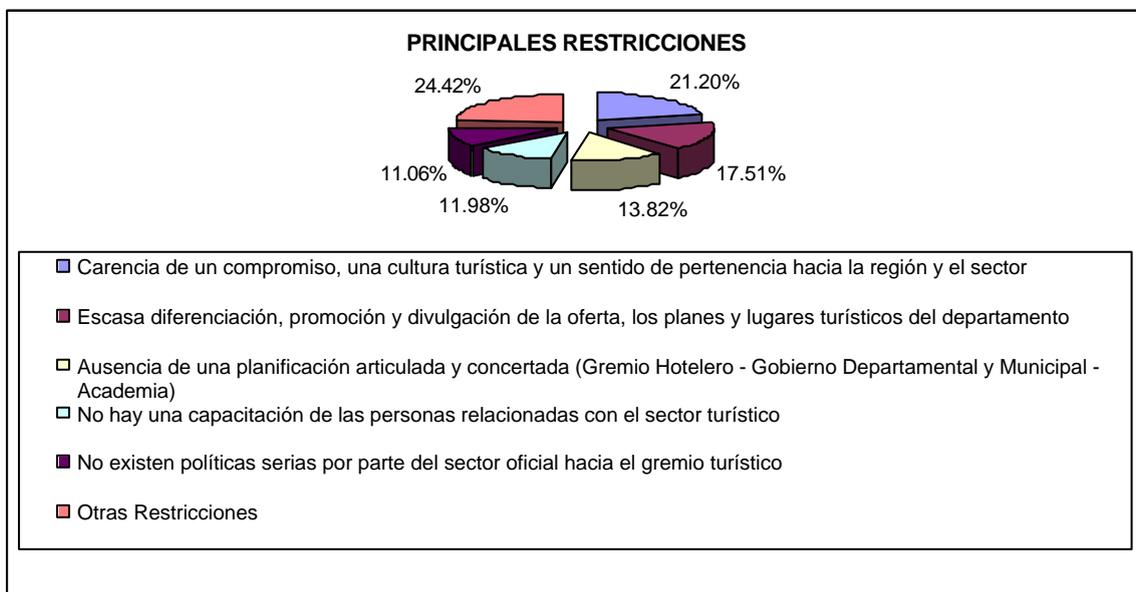
CUADRO No. 1

PRINCIPALES RESTRICCIONES	VOTOS	%
Carencia de un compromiso, una cultura turística y un sentido de pertenencia hacia la región y el sector	46	21.20%
Escasa diferenciación, promoción y divulgación de la oferta, los planes y lugares turísticos del departamento	38	17.51%
Ausencia de una planificación articulada y concertada (Gremio Hotelero - Gobierno Departamental y Municipal - Academia)	30	13.82%
No hay una capacitación de las personas relacionadas con el sector turístico	26	11.98%
No existen políticas serias por parte del sector oficial hacia el gremio turístico	24	11.06%
Otras Restricciones	53	24.42%
TOTAL	217	100%

Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Restricciones Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüeñas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos.

La gráfica correspondiente a estos resultados es la siguiente:

GRÁFICA No. 1



Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Restricciones Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüeñas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos.



1.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Los asistentes de la Mesa de Convergencia del Sector Turismo encontraron que la restricción más importante que posee este sector es la carencia de un compromiso, una cultura turística y un sentido de pertenencia hacia la región y el sector (21.20%). Básicamente porque no existe una cultura turística en el departamento, lo que ha generado una falta de sensibilización de la población sobre la importancia del turismo y la falta de compromiso con la región y el sector; a su vez esto ocasiona un concepto restringido del sector, que no exista un sentido de pertenencia, ni una conciencia turística clara en el ámbito particular y gubernamental. Esto se ve reflejado en una deficiente calidad en la prestación del servicio y en la atención al turista, así como en el Documento Diagnóstico del Sector, donde al problema de la actitud frente al turista se le calificó en el rango regular por la posición negativa tanto de las comunidades locales como del personal que labora en este sector.

Otra restricción importante para la Mesa es la escasa diferenciación, promoción y divulgación de la oferta, los planes y lugares turísticos del departamento (17.51%), pues no hay publicidad a escala nacional de los eventos regionales, ni una comunicación a través de los medios; lo que ha provocado un movimiento de turistas hacia otras regiones de Colombia, como la Costa Atlántica turística por excelencia.

La ausencia de una planificación articulada y concertada entre el Gremio Hotelero, la Universidad y los Gobiernos Departamental y Municipal (13.82%) fue considerada por los asistentes como la tercera restricción importante del sector turismo. Esto se debe a que todavía no se cuenta con procesos de planeación y coordinación que integren al sector privado con el público y a su vez vinculen a la Universidad y estudiantes en general con el sector turístico; esta es la razón de que no exista un consenso sobre el tipo de turismo que queremos que identifique al Llano y de las estrategias a seguir.

Los asistentes de la Mesa detectaron que otra restricción es que no hay una capacitación de las personas relacionadas con el sector (11.98%), ya que no existe una formación de técnicos en turismo y la capacitación en cuanto a las potencialidades del sector es baja. Sin embargo, el Documento Diagnóstico del Sector encontró que se están desarrollando programas de formación y capacitación sectorial en algunas universidades (Unimeta y San Martín) y colegios departamentales, así como en el Instituto de Turismo del Meta y el Sena, que generará resultados de profesionalización de empleados en el corto y mediano plazo; por lo cual esta restricción puede convertirse en una potencialidad del sector turístico en el mediano plazo.



Para el 11.06% de los votos de los asistentes, el hecho de que no existan políticas serias por parte del sector oficial hacia el gremio turístico es una restricción producto del desconocimiento socio-político, de la falta de decisiones políticas para con el sector turístico como medio de desarrollo, de la ausencia de apoyo estatal y del poco direccionamiento nacional en la política turística.

Otras restricciones que encontró la Mesa de Convergencia tienen que ver con la ausencia de información y conocimiento del sector y de los centros turísticos del departamento (10.60%), la inadecuada infraestructura hotelera y recreacional (7.83%), los altos precios en los servicios turísticos (4.15%), la deficiente calidad del servicio hotelero (1.38%) y la ausencia de visión empresarial (0.46%). Estas situaciones debido a su bajo porcentaje de votación dentro de la Mesa pueden considerarse fuera del grupo de restricciones, salvo algunas excepciones con son la inadecuada infraestructura hotelera y recreacional y la deficiente calidad del servicio hotelero, situaciones que si son verdaderas restricciones si se tiene en cuenta que el Documento Diagnóstico del Sector encontró que sólo existen tres (3) hoteles en el departamento considerados como empresas hoteleras en términos organizacionales y de inversión, mientras los demás son pequeños negocios familiares que poseen problemas de capital, capacidad instalada, calidad y organización. Por otro lado, la deficiente calidad en el servicio hotelero es producto, como se dijo anteriormente, de la ausencia de capacitación de las personas relacionadas con el sector turismo; esta situación genera un resultado negativo ante terceros potenciales turistas, debido al efecto “boca a boca” que inicia el turista inconforme con la atención y servicio prestado.

Finalmente es de resaltar que el porcentaje de votación que obtuvieron las diferentes restricciones fue en general bajo (el mayor porcentaje fue 21.20%), lo cual indica que en el sector turismo no existe un problema interno que sobresalga más que los demás sino que todos son importantes y necesitan de soluciones prontas para el desarrollo del sector.

2. POTENCIALIDADES.

2.1. RESULTADOS DE LA MESA.

Las potencialidades propuestas por los participantes de la mesa son las siguientes:

1. Recursos naturales y biodiversidad (46.72 %).
 - ◆ Fuentes hídricas.
 - ◆ Recursos naturales.
 - ◆ Nuestro clima.
 - ◆ Biodiversidad.
 - ◆ Calidad de suelos.



- ◆ Nuestra flora y fauna.
 - ◆ Paisaje
2. Infraestructura vial (22.54%).
- ◆ La logística de la región.
 - ◆ Infraestructura vial.
 - ◆ Facilidad de uso del transporte.
 - ◆ Buena ubicación.
 - ◆ La cercanía a la capital.
3. Identidad cultural (21.31%).
- ◆ Historia cultural.
 - ◆ Capital humano.
 - ◆ Folclor.
 - ◆ Amabilidad metense
 - ◆ Valores étnicos.
 - ◆ Etnocultura
4. Oportunidad para ofrecer diferentes paquetes turísticos (5.32%).
- ◆ Ofreciendo diferentes campos turísticos.
 - ◆ Promover ecoturismo
 - ◆ Reconocimiento ecoturístico
 - ◆ Turismo natural
 - ◆ Servicio hotelero.
 - ◆ Calidad de bienes y servicios turísticos.
5. Sitios turísticos (4.00%).
- ◆ Nuevos complejos turísticos.
 - ◆ Sitios de interés cultural turístico e histórico.

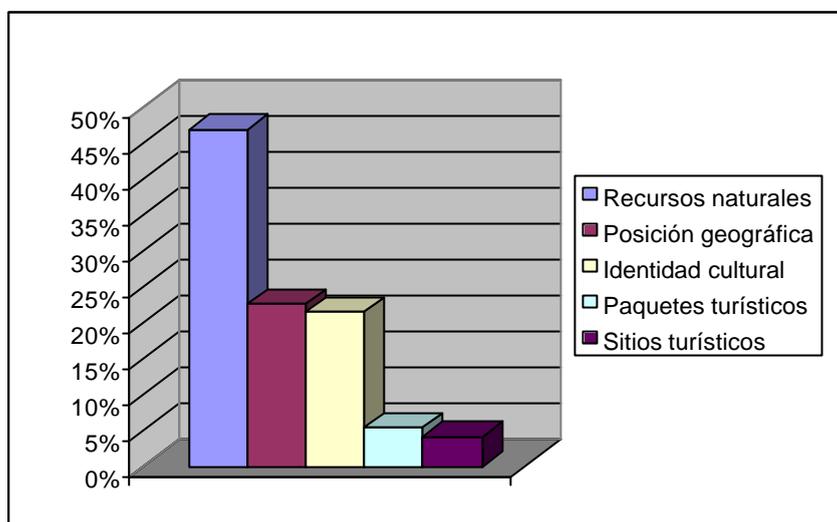
**CUADRO No. 3
PRINCIPALES POTENCIALIDADES**

IDEAS PRINCIPALES	VOTOS	PORCENTAJE
Recursos naturales	114	46.72 %
Posición geográfica	55	22.54%
Identidad cultural	52	21.31%
Paquetes turísticos	13	5.32%
Sitios turísticos regionales	10	4.00%
TOTAL	244	100%

Fuente : Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Potencialidades Mesas A, B y C. Cálculos : Enrique García, Ingeniero Agrónomo, Universidad de los Llanos.

GRAFICO No. 3

PRINCIPALES POTENCIALIDADES



Fuente : Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Potencialidades Mesas A, B y C. Cálculos : Enrique García, Ingeniero Agrónomo, Universidad de los Llanos.

2.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Los resultados arrojados por la Mesa de Convergencia de turismo muestran que la mayor potencialidad de este sector está en la abundancia de recursos naturales, ambientales y de biodiversidad con sus innumerables cuencas hidrográficas y una importante oferta hídrica (46.72%), vitales para el desarrollo del ecoturismo.

La segunda potencialidad priorizada por la Mesa fue la posición geográfica (22.54%) que últimamente se ve reflejada en el aumento de la afluencia de turistas para nuestra región, importante porque se estimula el desarrollo de actividades y ofertas de bienes y servicios, complementarios para el sector.

La tercera potencialidad es la existencia de una identidad cultural con un (21.31%) La cultura llanera se consolidó bajo la marcada influencia de los aportes europeos, tanto en lo racial como en la incorporación de elementos materiales y espirituales.

La cuarta potencialidad es el *ecoturismo* (5.32%) que se destaca entre las modernas tendencias del turismo, en sus distintas categorías. El Departamento del Meta, por sus características geográficas y variados ecosistemas, es un lugar privilegiado para disfrutar de la naturaleza de muchas formas; contemplación, observación de aves y otras especies de fauna y flora, caminatas y, últimamente,



variadas formas de turismo rural que se posibilitan por la facilidad de interactuar con la cultura, los valores y la identidad de la población local.

La quinta potencialidad con un (4%) son los sitios turísticos. El Departamento del Meta es una fuente inagotable de paisajes, reservas naturales, algunas de ellas con ecosistemas únicos en el mundo, una inmensa variedad de flora y fauna entre la que existen rarezas endémicas que asombran a quienes las observan, una diversidad geográfica inigualable y una riqueza cultural que se traduce en un crisol de manifestaciones mestizas e indígenas, en fiestas sin parangón en el mundo y en la riqueza espiritual y arraigo de un pueblo que a diario vive y exhibe lo que con orgullo la llamada “Llaneridad”.

3. AMENAZAS.

3.1. RESULTADOS DE LA MESA.

La Mesa de Convergencia del Sector Turismo, encontró que las Amenazas del sector son las siguientes:

1. Orden Público (38.71%).
 - ◆ El problema del orden público en el departamento (guerrilla, paramilitares, autodefensas).
 - ◆ El terrorismo.
 - ◆ Inseguridad en el departamento.
 - ◆ El conflicto armado.
 - ◆ La inseguridad y el terrorismo presente en las vías departamentales.
 - ◆ La violencia por parte de los entes subversivos (secuestros, pescas milagrosas).
 - ◆ La existencia de grupos armados al margen de la ley.
 - ◆ La inseguridad urbana debido a los indigentes y a la delincuencia.
 - ◆ El desplazamiento de los campesinos a la ciudad.
 - ◆ La inseguridad y el miedo para invertir.
 - ◆ El narcotráfico.
2. Deficiencia en la infraestructura vial, aérea y de servicios públicos (14.52%).
 - ◆ Deficiencia en la infraestructura vial del departamento.
 - ◆ Falta de desarrollo en infraestructura (vías, energía, acueductos, etc.).
 - ◆ Deficiente servicio aéreo y de aeropuertos.
 - ◆ Falta de potencial aéreo.
3. La imagen deteriorada de la región, producto de la violencia, que se proyecta a escala nacional e internacional (9.03%).
 - ◆ La mala proyección nuestra región.



- ◆ La manipulación e irresponsabilidad de los medios de comunicación que brindan una mala información.
 - ◆ Mala información y apreciación de la población respecto al Meta.
 - ◆ La mala imagen proyectada en el país y en el exterior producto del orden público.
4. Mejores ofertas turísticas de otras regiones (8.06%).
- ◆ La competencia por parte de otras regiones más desarrolladas en este sector.
 - ◆ Mejores paquetes en otros sitios.
5. El alto costo de los peajes y pasajes (aéreos y terrestres) (7.74%).
- ◆ El alto costo de los peajes.
 - ◆ El alto costo de desplazamiento o conectividad.
 - ◆ Especulación en los pasajes.
 - ◆ Los costos y las alzas en los pasajes.
 - ◆ Las altas tarifas aéreas en tan corto millaje.
6. No hay apoyo económico, ni fuentes de financiamiento para el sector (5.16%).
- ◆ Carencia de recursos y apoyo económico.
 - ◆ No hay fuentes de financiamiento.
 - ◆ Falta de reactivación en la economía turística para desarrollar diferentes planes.
 - ◆ La falta de inversionistas en el turismo.
7. Deficiencia en la prestación de los servicios públicos y de transporte (2.90%).
- ◆ Deficientes servicios públicos.
 - ◆ Deficiencia por operadores en vías y transporte.
 - ◆ La falta de cultura en el transporte urbano.
 - ◆ La falta de transporte en la temporada.
 - ◆ La impaciencia de los prestadores del servicio hacia los turistas.
8. Problemas económicos (2.58%).
- ◆ La economía.
 - ◆ La pobreza.
 - ◆ Calidad de precios.
 - ◆ Alzas en la canasta familiar.
9. La mala imagen causada por los indigentes y vendedores ambulantes (2.26%).
- ◆ Invasión del espacio público por vendedores ambulantes.
10. Deterioro ambiental (1.94%).
- ◆ La contaminación ambiental.
 - ◆ Falta de utilización de los recursos existentes.



- ◆ Deforestación.
 - ◆ La explotación de los recursos naturales.
11. Influencia de una cultura extranjera (1.94%).
- ◆ Las empresas quedan en manos de foráneos.
12. La corrupción política (1.61%).
- ◆ Corrupción política.
13. Alta contribución tributaria (1.29%).
- ◆ Alto costo tributario.
14. Fenómenos naturales (inundaciones, derrumbes, etc.) (0.97%).
15. No hay alternativas de choque (0.65%).
16. El regionalismo centralizado (0.65%).

Según estos resultados las principales Amenazas que impiden el desarrollo del Sector Turismo son:

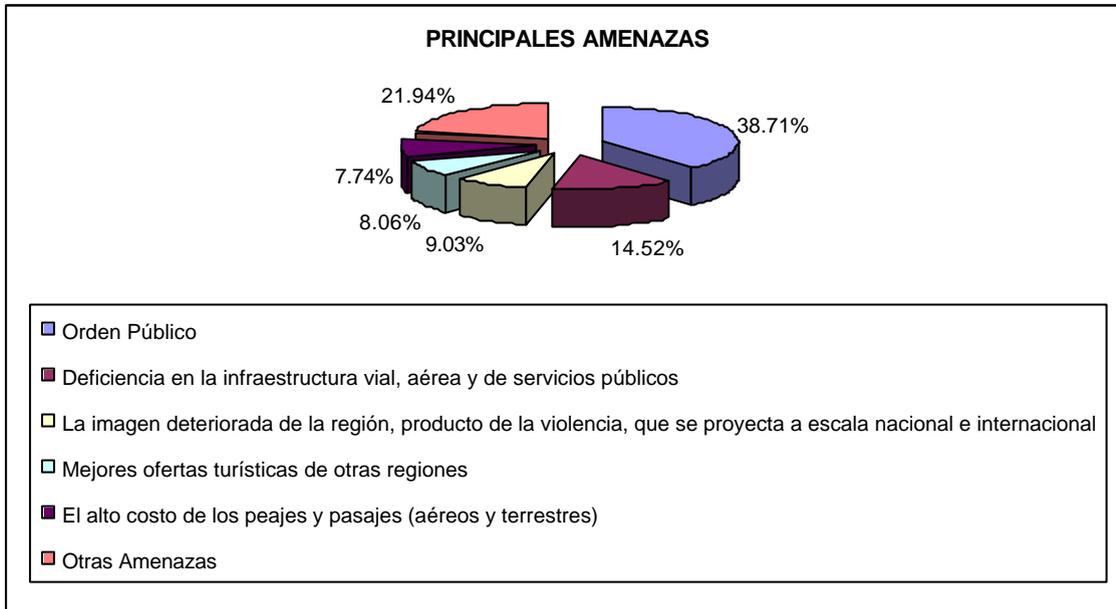
CUADRO No. 2

PRINCIPALES AMENAZAS	VOTOS	%
Orden Público	120	38.71%
Deficiencia en la infraestructura vial, aérea y de servicios públicos	45	14.52%
La imagen deteriorada de la región, producto de la violencia, que se proyecta a escala nacional e internacional	28	9.03%
Mejores ofertas turísticas de otras regiones	25	8.06%
El alto costo de los peajes y pasajes (aéreos y terrestres)	24	7.74%
Otras Amenazas	68	21.94%
TOTAL	310	100.00%

Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Amenazas Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüeñas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos

Gráficamente tenemos que:

GRÁFICO No. 2



Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Amenazas Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüeñas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos

2.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

En la Mesa de Convergencia del Sector Turismo se detectó que la principal amenaza para este sector es el orden público (38.71%) reflejado en la inseguridad y el terrorismo presente en el departamento, principalmente en las vías de comunicación, producto del conflicto armado que se vive en el país. Así mismo, la existencia de grupos armados al margen de la ley de distintas ideologías (guerrilla, paramilitares, autodefensas) ha ocasionado el desplazamiento de campesinos a las ciudades, la inseguridad y el miedo a invertir en el sector turístico, el narcotráfico y la realización de actos violentos que afectan la tranquilidad de los viajeros como son las pescas milagrosas y los secuestros. Sin embargo, siendo este un problema nacional, que no está en manos del sector turístico solucionarlo, es el Gobierno Nacional quien debe restablecer y garantizar la seguridad de los turistas que se desplazan por las diferentes vías del departamento y del país. En este sentido, el nuevo Gobierno Nacional ha venido adelantando las “Caravanas Turísticas” con el respaldo de las Fuerzas Armadas, donde el Meta ha participado y se ha beneficiado, especialmente el sector turístico; por lo cual es necesario seguir aprovechando este tipo de oportunidades y actuar de inmediato en la solución de los problemas internos del sector.



Si bien es cierto, el orden público es una amenaza latente para el turismo también lo es la deficiente infraestructura vial, aérea y de servicios públicos (14.52%), en especial es necesario desarrollar la infraestructura de servicios en general y el potencial aéreo. Al respecto el Documento Diagnóstico del Sector estableció que las principales rutas turísticas del departamento se encuentran en óptimas condiciones de competitividad vial, pero sin ningún tipo de señalización turística por lo que se le calificó en el rango de regular. Así mismo, el servicio de aeropuertos y de acceso aéreo es desfavorable debido a su inoperancia para operaciones nocturnas y de aeronaves grandes; igualmente evalúa como regular y malo la infraestructura de servicios básicos en los municipios de influencia turística.

Una amenaza también para el turismo departamental es la imagen deteriorada de la región, producto de la violencia, que se proyecta a escala nacional e internacional (9.03%), debido a la manipulación e irresponsabilidad de los medios de comunicación que brindan una mala información y proyección de la región no sólo en el país sino en el exterior, lo que genera una mala influencia y apreciación de la población respecto al Meta.

Una mejor oferta turística de otras regiones (8.06%) es otra amenaza para el sector, es decir, la competencia por parte de otras regiones más desarrolladas en el sector turístico y los mejores paquetes en otros sitios. En este sentido, el Documento Diagnóstico del Sector considera que no existen productos turísticos con identidad propia que puedan ofrecer alternativas al turista, además el sol y la playa siguen siendo un factor importante para los viajeros al momento de elegir un destino turístico. Para contrarrestar esta situación se debe fomentar el agroturismo, que aunque se encuentra en su fase inicial en el departamento, es un tipo de turismo que está tomando auge en el país y que se debe aprovechar.

Así mismo, otra amenaza presente en el sector es el alto costo de peajes y pasajes (aéreos y terrestres) (7.74%), esto sumado a la especulación y a las alzas en los pasajes desestimula la movilización de los turistas, pero además el Documento Diagnóstico del Sector consideró que los accesos y facilidades de transporte son malos. Por ello conviene que las autoridades pertinentes tomen medidas al respecto y controlen lo concerniente a la especulación en los precios de los pasajes, en especial en la temporada de vacaciones.

Otras amenazas que tuvieron una menor proporción en la votación son que no se cuenta con un apoyo económico, ni fuentes de financiamiento para el sector (5.16%), la deficiencia en la prestación de servicios públicos (2.90%), los problemas económicos (2.58%), la mala imagen causada por los indigentes y vendedores ambulantes (2.26%), el deterioro ambiental (1.94%), la influencia de una cultura extranjera (1.94%), la corrupción política (1.61%), la alta contribución tributaria (1.29%), los fenómenos naturales (0.97%), que no existan alternativas de



choque (0.65%) y el regionalismo centralizado (0.65%). A pesar de su baja votación estos problemas afectan o pueden afectar en un momento dado el desarrollo del sector turístico del departamento, por lo que es necesario la acción de los Gobiernos Departamental y Municipal pero también del sector privado y de la población en lo que se refiere al deterioro ambiental y a la promoción de créditos para el turismo por parte de la banca privada.

4. NUDOS.

4.1. RESULTADOS DE LA MESA.

Dadas las Restricciones y Amenazas presentes en el Sector Turismo del Meta, los asistentes a la Mesa concluyeron que los nudos del sector son los siguientes:

1. Orden Público (41.74%).

- ◆ La situación de orden público en el departamento.
- ◆ Inseguridad en el departamento.
- ◆ La violencia.
- ◆ El conflicto armado.
- ◆ Grupos armados al margen de la ley.
- ◆ El terrorismo.

2. Carencia de una promoción turística permanente (10.33%).

- ◆ Falta de estrategias de promoción regional y nacional.
- ◆ No hay promoción divulgación del departamento.
- ◆ Falta de mayor publicidad externa.

3. No existe una cultura turística, un compromiso y un sentido de pertenencia (8.68%)

- ◆ Falta cultura turística.
- ◆ Concientización de la sociedad en el sector turismo.
- ◆ Falta de pertenencia y compromiso.
- ◆ Falta de sensibilización cívica.

4. Carencia de una infraestructura física y de servicios (7.02%)

- ◆ Falta de infraestructura municipal.
- ◆ Deficiente infraestructura.



- ◆ Falta de desarrollo de infraestructura.
 - ◆ Falta de infraestructura vial.
5. No existe una planeación y organización en el sector (5.79%)
- ◆ No se desarrollan planes turísticos concertados.
 - ◆ Falta organización.
 - ◆ La planeación y organización de las fechas de los eventos.
6. No hay apoyo del Estado (4.13%).
- ◆ Falta de políticas.
 - ◆ Políticas centralistas.
7. No se cuenta con paquetes turísticos novedosos (4.13%).
8. La corrupción política (3.72%).
9. No hay unión de esfuerzos entre el pueblo y el Estado (3.31%).
- ◆ Desintegración que hay en el Meta.
 - ◆ No hay unión para fomentar el turismo.
 - ◆ Falta política de integración del sector.
 - ◆ Una representación más viva del sector privado y público.
10. Deficiencia económica (2.89%).
- ◆ La pobreza de las comunidades.
11. No hay reconocimiento de las áreas turísticas (2.48%).
- ◆ Falta de puntos de información turísticos.
 - ◆ Falta de conocimientos turísticos.
12. No existe una visión empresarial (2.48%)
13. Ausencia de una capacitación en el sector turístico (2.07%).
- ◆ No satisfacemos al cliente.
 - ◆ Falta capacitación.



14. Comentarios negativos en los medios de comunicación (1.24%).

Con los anteriores resultados, se puede decir que los principales nudos del Sector Turismo son:

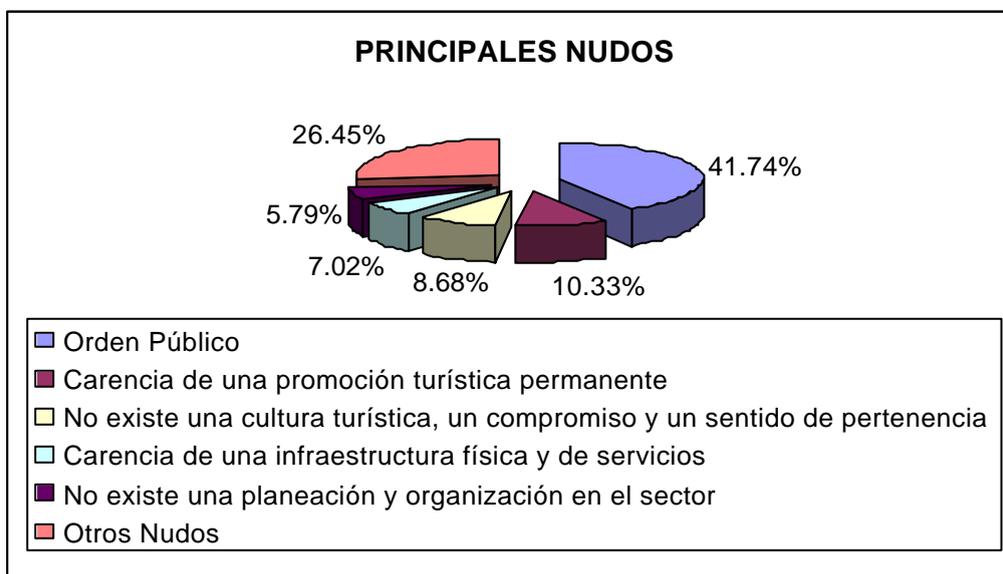
CUADRO No. 4

PRINCIPALES NUDOS	VOTOS	%
Orden Público	101	41.74%
Carencia de una promoción turística permanente	25	10.33%
No existe una cultura turística, un compromiso y un sentido de pertenencia	21	8.68%
Carencia de una infraestructura física y de servicios	17	7.02%
No existe una planeación y organización en el sector	14	5.79%
Otros Nudos	64	26.45%
TOTAL	242	100.01%

Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Nudos Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüañas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos

La gráfica que corresponde a estos resultados es la siguiente:

GRÁFICA No. 4



Fuente: Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Nudos Mesas A, B, y C. Cálculos: Karen Lorena Cagüañas S., Economía VII semestre, Universidad de los Llanos



4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Teniendo en cuenta las Restricciones y Amenazas del Sector Turismo, los asistentes de la Mesa consideraron que el nudo principal de este sector es el orden público (41.74%), ya que efectivamente la inseguridad y el conflicto armado afectan sustancialmente el desarrollo turístico del departamento; por lo tanto, una de las prioridades de los Gobiernos Departamental y Nacional es asegurar la seguridad de los viajeros que transitan por las vías del departamento.

La carencia de promoción turística permanente (10.33%) fue el segundo nudo principal para la Mesa, pues si no existen unas estrategias de promoción y divulgación del departamento a escala nacional se hace difícil el desarrollo y la consolidación del Meta como un buen cluster turístico. Esta debe ser la labor primordial del Instituto de Turismo del Meta, promocionar el turismo del Llano como una alternativa diferente de descanso y recreación.

Otro nudo detectado por los asistentes, cuya solución ayudaría a contrarrestar el nudo anterior, es que no existe una cultura turística, un compromiso y un sentido de pertenencia (8.68%), ya que no existe una concientización de la sociedad en el sector turismo, que se refleja en el mal trato que se le da al turista provocando su descontento e insatisfacción. La solución de este problema sin embargo, no sólo le concierne a las personas relacionadas con el sector turístico sino a todos los habitantes del departamento del Meta, pues debemos entender que un turista es como un visitante que llega a nuestra casa, el cual debe ser bien atendido para que disfrute de su estancia y tenga motivos para volver.

Sin embargo, la carencia de una infraestructura física y de servicios (7.02%) es un nudo importante, al cual sino se le presta la adecuada atención puede perjudicar la solución los dos anteriores problemas. Es por ello que los Gobiernos Municipal y Departamental a la par con el sector privado, deben procurar por el desarrollo y mantenimiento de una infraestructura que responda a los requerimientos de la demanda turística.

Un nudo también importante para la Mesa es que no existe una planeación y organización en el sector turístico (5.79%), por lo cual no se desarrollan planes turísticos concertados y no hay una organización en las fechas de los eventos. Es necesario entonces que el Instituto de Turismo del Meta, ejerza su función como máxima autoridad turística del departamento y coordine con los diferentes municipios y entes del sector las actividades y planes turísticos a desarrollar.

Otros nudos encontrados en la Mesa que merecen igual atención son: no hay apoyo del Estado (4.13%), no se cuenta con paquetes turísticos novedosos (4.13%), la corrupción política (3.72%), no hay unión de esfuerzos entre el pueblo y el Estado (3.31%), la deficiencia económica (2.89%), no hay reconocimiento de las áreas turísticas (2.48%), no existe una visión empresarial (2.48%), la ausencia



de capacitación en el sector turístico (2.07%) y los comentarios negativos de los medios de comunicación (1.24%). La solución de estos problemas puede ayudar a resolver los nudos principales del sector turístico del departamento, así mismo se está empezando a contrarrestar la falta de unión en el sector al crearse organizaciones como la Asociación de Fincas Agroturísticas del Meta (AFAM), ASOTAXTUR y ASOTAVAN.

Cabe resaltar que la mayoría de los nudos detectados por los asistentes de la Mesa de Convergencia del Sector Turismo son restricciones, es decir, problemas que surgen al interior del sector y cuya solución se encuentra en el mismo sector. Por ello se debe comenzar a trabajar desde los hoteles, las agencias de viajes, los restaurantes, las empresas de transporte, en fin todas las empresas relacionadas con el sector turístico, con el fin de desarrollar y fomentar el sector turístico del departamento del Meta.

5. QUIEBRES.

5.1. RESULTADOS DE LA MESA.

Los quiebres propuestos por los participantes de la mesa es la siguiente:

1. Buscar la salida al conflicto armado (48.42%)
 - ◆ Mayor seguridad.
 - ◆ Mejorar la seguridad en las vías.
 - ◆ Intensificar los diálogos con el conflicto armado.
 - ◆ Contar con más autoridades en las ciudades.
 - ◆ Propender por la solución al conflicto armado.
 - ◆ Acuerdos de paz.
 - ◆ Brindando seguridad general realizando tratados.
 - ◆ El estado erradique por completo a los grupos armados.
 - ◆ Unión ciudadana
 - ◆ Apoyo total del gobierno.
 - ◆ Fortalecer la fuerza publica
 - ◆ Aunar esfuerzos del gobierno y la ciudadanía para combatir la inseguridad.
 - ◆ Integración ciudadana con veeduría.
 - ◆ Crear conciencia ciudadana.

2. Mejorar la competitividad del sector (27.89%).
 - ◆ Explotación de la riqueza turística.
 - ◆ Sacar proyectos que promueven el turismo.
 - ◆ Crear un programa de información turística.



- ◆ Promocionar e informar todos los destinos turísticos existentes depart.
 - ◆ Mejorar la competitividad empresarial turística.
 - ◆ Mejorar la competitividad turística regional e incrementar la promoción ofrecer mejor servicio y calidad , que llame más la atención al cliente
 - ◆ Se debe hablar y realizar un esquema de las fechas de las fiestas y eventos de cada municipio en la región.
 - ◆ Dirigir seminarios que comprometan a los metenses.
 - ◆ Capacitación en hotelería y otros sitios turísticos.
 - ◆ Consolidación para optimizar la proyección capacitación y unión entre los sectores turísticos
 - ◆ Capacitación para los guías turísticos.
3. Fomentar la capacitación en el sector (9.47%).
- ◆ Fomentar la capacitación en hotelería y turismo
 - ◆ Capacitación en áreas turísticas
 - ◆ Educación y participación generar empleo.
4. Fomentar la creación de empresas (7.89%).
- ◆ Creación de empresas gremiales.
 - ◆ Creación de empresas promotoras de turismo.
 - ◆ Crear asociaciones o alianzas
 - ◆ Crear una asociación turística
5. Mejoramiento de la infraestructura vial (6.31%).
- ◆ Que haya una mejor construcción de vías

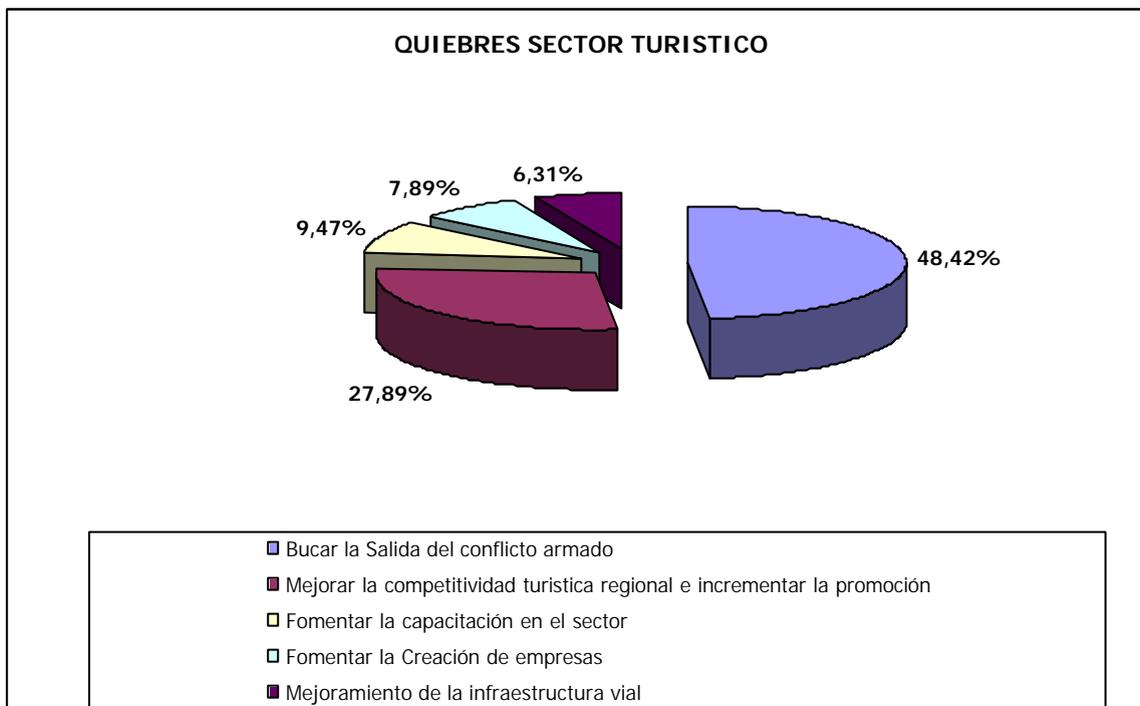
La agrupación de los principales Quiebres identificados en la Mesa de Turismo son:

CUADRO No. 5

IDEAS PRINCIPALES	PORCENTAJE	VOTOS
• Buscar la salida al conflicto armado	48.42%	92
• Mejorar la competitividad turística regional e incrementar la promoción utilizando nuestro potencial natural.	27.89%	53
• Fomentar la capacitación en el sector.	9.47%	18
• Fomentar la creación de empresas y asociaciones promotores del sector turismo	7.89%	15
• Mejoramiento y desarrollo de la infraestructura vial	6.31%	12
TOTAL	100%	190

Fuente : Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Quiebres Mesas A, B y C. Cálculos : Enrique García, Ingeniero Agrónomo, Universidad de los Llanos.

GRÁFICO No. 5



Fuente : Plan Estratégico Meta 2020. Mesa de Convergencia del Sector Turismo. Tarjetas Quiebres Mesas A, B y C. Cálculos : Enrique García, Ingeniero Agrónomo, Universidad de los Llanos.

5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

La primera propuesta por la mesa con un (48.42%) es buscar una salida al conflicto armado. Las diversas modalidades de violencia constituyen el primer problema nacional y su más preocupante característica es que viene operando desde hace 40 años en forma casi continua, bajo coyunturas diversas y motivos diferentes. Las anteriores apreciaciones de la mesa concluyen en que el Meta como destino turístico ha tenido problemas con la inseguridad ciudadana, dado que el factor de la seguridad es el más importante al considerar una decisión sobre dónde viajar, cuándo y bajo cuales circunstancias hacerlo. Sobre el particular, es un hecho ya ampliamente aceptado por la comunidad internacional, que el éxito de la industria del turismo en un determinado país o región, está directamente vinculado a la capacidad del mismo de ofrecer al turista una visita segura y agradable.



La segunda percepción de los participantes, con un (27.89%), es *mejorar la competitividad turística regional e incrementar la promoción utilizando nuestro potencial natural*. La potencialización de esta rama esta ligada relocalización empresarial y a la activación de circuitos terrestres y fluviales.

La tercera propuesta con un (9.47%) es *fomentar la capacitación en el sector*. Se propone que todos los componentes del sector, desde los promotores hasta los operadores, pasando por los prestadores de servicios complementarios (transporte, comercio, bares, restaurantes, etc.) deberán capacitarse en todos los segmentos que forman parte integral de la industria turística, además de considerar al medio ambiente de manera creativa, mediante el diseño, la construcción y la operación de proyectos bien concebidos.

La cuarta propuesta con un (7.89%) es fomentar la creación de empresas y asociaciones promotores del sector turismo. Se pretende mediante la recuperación, promoción y puesta en valor de la riqueza natural y cultural del territorio, preparar el Departamento para dinamizar productivamente esta capital, de tal forma que se constituya en una alternativa efectiva para ayudar al bienestar y desarrollo sostenido de la población metense. Para ello es necesario, además de la capacitación y formación específica, involucrar, en la industria eco turística y de turismo rural, a toda la comunidad y a las entidades tanto públicas como privadas.

La quinta propuesta es el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura vial con un (6.31%). No obstante lo optimista que podría parecer el incremento experimentado en la afluencia de visitantes, la que a su vez provocará incrementos similares en los más diversos servicios exigidos por los turistas como hotelería, transporte, agencias de viajes, guías, etc., existe la evidencia palpable que el desarrollo del sector turismo en el Meta pudo haber alcanzado, durante el citado período, una tasa de crecimiento bastante más alta. Un componente principal de esta especialización inducida por la demanda es el despliegue turístico de la población Bogotana. Las economías de transporte permiten el acceso rápido en estas vías que genera ingresos para los moradores metenses.

6. COMPROMISOS.

Los compromisos que identifico la Mesa de Turismo se enumeran en esta parte.

- ◆ Colaborar y participar en los proyectos y programas tendientes a lograr el éxito del plan estratégico Meta 2020
- ◆ Hablar menos y hacer más.
- ◆ Divulgar nuestra cultura
- ◆ Promover el turismo.
- ◆ Educar y formar individuos con cultura turística.
- ◆ Asistir a las reuniones que convoque el plan.
- ◆ Incentivar el turismo natural.



- ◆ Aporte de ideas y voluntad de trabajo en pro del mejoramiento turístico del Dpto.
- ◆ Colaborar con el plan.
- ◆ Fomentar el desarrollo turístico.
- ◆ Mejorar la capacitación y desarrollo turístico en el Meta.
- ◆ Aportar conocimiento y trabajo en equipo
- ◆ Influir en la gente de nuestra región a que quiera lo nuestro.
- ◆ Apoyar los resultados de la mesa y trabajar duro al futuro.
- ◆ Incrementar nuevas ideas.
- ◆ Mejorar capacitación turística de los estudiantes y la comunidad.
- ◆ Identidad cultural
- ◆ Apoyar la excelencia metense.
- ◆ Difundir lo atractivo turístico de nuestro departamento.
- ◆ Ser competitivos y persistente
- ◆ Educar a la ciudadanía.
- ◆ A trabajar por el turismo en el Meta.
- ◆ Fomentar y apoyar el sector turístico.
- ◆ Concientización ciudadana
- ◆ Participar formulación de proyectos turísticos.
- ◆ Apoyar con estudios los proyectos en el sector turístico.
- ◆ Compartir conocimientos.
- ◆ Fomentar la cultura ciudadana.
- ◆ Colaboración en la búsqueda de soluciones
- ◆ Todos unidos formaremos una Colombia nueva.
- ◆ Enseñar métodos promocionales e informativos a los prestadores de servicio turístico.
- ◆ Promocionar el turismo.
- ◆ Trabajar por el sentido de pertenencia.
- ◆ Fomentar una buena imagen de nuestro territorio turístico.
- ◆ Multiplicar estas ideas.
- ◆ AFAM participa generando empleo.

7. VISIÓN.

Durante del desarrollo de la Mesa de Convergencia del Sector Turismo del Meta, se presentaron tres visiones preliminares del sector, según el consenso de los participantes en cada una de las mesas de trabajo que se organizaron. Estas visiones son las siguientes:



1. Mesa de Trabajo A.

“El Meta será una región pacífica y próspera, modelo de desarrollo turístico por excelencia, siendo el destino más importante en Colombia”.

2. Mesa de Trabajo B.

“Ser un departamento competitivo turísticamente con capacitación, infraestructura y ordenamiento que nos consolide económica y turísticamente”.

3. Mesa de Trabajo C.

“Meta tierra linda, destino ecoturístico de Colombia y el Mundo”.

8. ANÁLISIS DE ASISTENTES.

Como lo indica la Lista de Asistentes (ver Anexos), hubo representatividad del Sector Turismo del Meta en la Mesa de Convergencia de dicho sector. Por lo tanto, los resultados de las diferentes mesas son confiables y reflejan la situación que presenta el turismo en la región. Adicional a las mesas de trabajo se realizó una mesa especial con el fin de elaborar el Plan de Desarrollo del Sector Turístico para los meses de Noviembre y Diciembre, en esta mesa participaron:

1. Gustavo Londoño, Representante de la Asociación de Fincas Agro turísticas del Meta (AFAM).
2. José Alfredo Camacho, Representante Sector Hotelero.
3. Camilo Pérez Alvarado, Director del Instituto Departamental de Turismo.
4. Víctor Rafael Fernández Ávila, Coordinador del Grupo de Competitividad y Desarrollo Regional en la Dirección de Turismo del Ministerio de Desarrollo Económico, Coordinador del Programa de Asistencia Técnica en Planificación Turística Regional (Conferencista).
5. Rudesindo Moreno, Director de Cotelco en el Meta.
6. Martha Lucía Montañez, Directora de la Red de Desarrollo Turístico del Meta.
7. Noemí Silva Duque, Docente Desarrollo Turístico (Centro Auxiliar de Servicios Docentes CASD).
8. Sonia Cely, Representante de la Asociación de Fincas Agro turísticas del Meta (AFAM).
9. Carlos Julio Pérez, Asesor del Gobernador.
10. Jaime Alvarez, Sociólogo, Funcionario de la Secretaria de Planeación Departamental.



9. RECOMENDACIONES.

El sector turístico es una actividad económica de vital importancia para la región por ello es necesario mejorar la infraestructura del sector, la de servicios públicos y de transporte, con el fin de ofrecer un mejor servicio al turista. También se hace preciso capacitar a las personas del sector y a los habitantes del departamento en la atención al visitante.

Para contrarrestar la amenaza de orden público es oportuno aprovechar las caravanas turísticas organizadas por el Ministerio de Desarrollo Económico, las cuales brindan seguridad y tranquilidad a los viajeros que transitan por las distintas vías del país.

IV. ANEXOS

1. LISTA DE ASISTENTES.

NOMBRE	PROFECIÓN U OFICIO	LUGAR DE ORIGEN
Gisela Taubert Cubillos	Coordinadora Teatro "La Vorágine"	Villavicencio
Nataly Méndez	Estudiante	Granada
Antonio José Leiva Pérez	Presidente Junta Acción Comunal Urb. La Macarena	Villavicencio
Nora Gordillo	Estudiante UNAD	Villavicencio
Sandra Arévalo Hernández	Estudiante UNAD	Villavicencio
Claudia Patricia Leytón	Estudiante Colegio Pablo Emilio Riveros	Acacias
Yesica Blanco	Estudiante Colegio Pablo Emilio Riveros	Acacias
Leonel López	Presidente Asotaxtur	Villavicencio
Ana Milena Martínez	Funcionaria Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Martha Liliana Díaz	Representante Hotel Cumaral Country	Cumaral
Dumar Ruiz	Miembro del Consejo Departamental de Planeación	Villavicencio
Diego Alejandro Cerquera	Estudiante de Economía (Unillanos)	Villavicencio
Gina Paola Valencia	Estudiante de Economía (Unillanos)	Villavicencio
Dilma Moreno	Independiente	Villavicencio
Mayeli Hidalgo	Estudiante Unimeta	Villavicencio
Doly Montenegro	Estudiante Unimeta	Villavicencio
Wilmer Franco	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
David Antonio Hurtado	Representante AFAM	Villavicencio
Ana Julia Gordillo	Representante Hotel Galerón	Villavicencio



Jorge Enrique Cabrera	Representante Hotel Santa Bárbara	Villavicencio
Félix Salazar	Asesor Administrativo Parque Merecure	Villavicencio
Marleny Cabrera	Representante Hotel Arizona	Villavicencio
Diana Magaly Oyola	Estudiante	Puerto Gaitán
María Amparo Sarmiento	Representante Agencia de Viajes Proturismo	Villavicencio
Jorge Salcedo	Representante Corporación Llanera de Turismo	Villavicencio
Wilson Ávila	Representante Asojuntas Villavicencio	Villavicencio
Stella de Jara	Propietaria Finca "Canaima"	Villavicencio
Luz Stella de Jara	Propietaria Finca "Canaima"	Villavicencio
Rafael Landaeta	Restaurante "El Llano y sus Hayacas"	Villavicencio
Flor Alba Piñeros	Junta comunal Barrio Olímpico	Villavicencio
Camilo Pérez Alvarado	Director del Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Hernando Ramírez	Funcionario INPEC	Villavicencio
Claudia Milena Linares	Funcionaria Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Pilar Solano	Funcionaria Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Gonzalo Ruiz Turriago	Presidente Junta de Acción Comunal Barrio Mesetas	Villavicencio
Teresa de Gaviria	Propietaria Finca "Con Esto Tengo"	Villavicencio
Esmeralda Marín	Propietaria Finca "Neiva"	Villavicencio
Ligia Umaña	Propietaria Finca "Villa Paula"	Villavicencio
Paola Garzón	Estudiante Instituto Politécnico	Villavicencio
Rusbert Céspedes	Estudiante Instituto Politécnico	Villavicencio
Andrea Holguín Cabrera	Representante Hotel Arizona	Villavicencio
Jaime Ferreira	Funcionario Gobernación del Meta	Villavicencio
Elizabet Mosquera	Funcionaria Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Arid Mendieta	Secretario de Educación de Puerto Gaitán	Puerto Gaitán
Miriam Pastran Moreno	Funcionaria Gobernación del Meta	Villavicencio
Gilberth Raúl Prieto	Estudiante	Villavicencio
Hernán Darío Bernal	Estudiante	Villavicencio
Paola Andrea Bautista	Estudiante	Villavicencio
Leydi Tabares	Estudiante	Villavicencio
Luis Helbert Murcia	Estudiante	Villavicencio
Karen Dayana Bejarano	Estudiante	Villavicencio



Bibiana Zambrano	Estudiante	Villavicencio
Aidé Serrano	Estudiante	Villavicencio
Jorge Elioseth Sanabria	Estudiante	Villavicencio
Carolina Ortega	Estudiante	Villavicencio
Julián Gutiérrez	Representante AFAM	Villavicencio
Rudesindo Moreno	Director Cotelco Meta	Villavicencio
Noemí Silva Duque	Docente Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Cristian Darío Calvo Niño	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Carlos Julio Mora Pinzón	Representante Agencia de Viajes Word Travel	Villavicencio
Amarilis Ortega Gamel	Estudiante UNAD	Villavicencio
José Tomás Beltrán	Presidente Junta de Acción Comunal Restrepo	Restrepo
Naydu Espinosa	Docente Colegio Nacionalizado	Puerto Gaitán
Hercilia Castañeda V.	Gerente Hotel Villavicencio Plaza	Villavicencio
Ramón Darío Vergel	Sub-director Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Libian Olaya Barrios	Estudiante Colegio Pedagógico del Meta	Villavicencio
Orlando Sierra Serrato		Villavicencio
Manuel Aldana	Ingeniero Agrónomo	Villavicencio
Gloria Navarro	Presidente Junta de Acción Comunal Hierbabuena	Villavicencio
Félix Arturo Nutes	Rector Colegio Pablo Emilio Riveros	Acacias
Consuelo Valencia	Representante AFAM	Villavicencio
Carolina Rocío Romero	Docente en Producción Agropecuaria y Biología	Villavicencio
Carlos Castellanos	Propietario Finca "El Peñón"	Villavicencio
Leydi Patricia Martínez	Estudiante Colegio Holanda	Granada
Claudia Huérfano	Propietaria Finca Agroturística "Villa Tati"	Acacias
Héctor Julio Ramírez	Estudiante Colegio Holanda	Granada
Julio Enrique Mejía Gómez	Asesor Mercadeo Publicidad, Ferias y Eventos	Villavicencio
Gilberto Betancourt	Publicista Gráfico	Villavicencio
Claudia Patricia Gonzáles	Estudiante Unimeta	Villavicencio
Ana Julia Páez	Estudiante ESAP	Villavicencio
Henry Ramos	Representante Club Plaza Llanos	Villavicencio
Oscar Eduardo Suárez	Representante Consulproin y Desarrollo	Villavicencio
José Reina Alonso	Representante Hotel Serranía	Villavicencio



Luis Carlos Rivas Tovar	Funcionario Gobernación del Meta	Villavicencio
Andrés Guerrero	Estudiante Instituto Técnico Industrial	Villavicencio
Herminda Lozada	Funcionaria Gobernación del Meta	Villavicencio
Eliécer Almeida	Funcionario Gobernación del Meta	Villavicencio
Yesenia Rojas	Estudiante	San Martín
Daniel Urquijo	Estudiante	San Martín
Yeison Martínez	Estudiante	San Martín
Víctor Julio Ortiz	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Sonia Niño	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Paola Piraquive	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Maximiliano Rangel	Propietario Finca Agroturística "Noratoma"	Villavicencio
Martha Lucia Montañez	Red de Desarrollo Turístico	Villavicencio
Erika Manjares	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Andrés Reyes	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Jaime Viatela	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Carolina Suárez	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
José Tarache	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Sandra Garzón	Estudiante Desarrollo Turístico CASD	Villavicencio
Enrique Baquero Rojas	Delegado Asojuntas Municipales	Villavicencio
Freddy Caro Villalba	Concejo Municipal de Villavicencio	Villavicencio
Oscar Cubillos	Independiente	Villavicencio
Carlos Alberto Bonilla	Independiente	Villavicencio
Rubén Darío Villalba	Independiente	Villavicencio
Jaime Casasfranco	Representante Parque Merecure	Villavicencio
Yoli Doraida Morales	Representante Asodesin	Villavicencio
José Alfredo Camacho	Representante Hotel "Don Lolo"	Villavicencio
Patricia Lemus	Estudiante	Puerto Gaitán
Samuel Cardozo	Funcionario Gobernación del Meta	Villavicencio
Justo Vega	Funcionario Instituto de Turismo del Meta	Villavicencio
Gustavo Londoño	Representante AFAM	Villavicencio
Juan Manuel Chaparro	Propietario Chaparro Hurtado Comunicaciones	Villavicencio
María José Vargas Triana	Funcionario Umata Municipio El Dorado	El Dorado
Sonia Cely	Representante AFAM	Villavicencio
Hugo Armado Agudelo	Tecnólogo Poscosecha	Villavicencio
Néstor Samuel Gutiérrez	Director Bioparque "Los Ocarros"	Villavicencio



AUTORES

EQUIPO TÉCNICO PLAN ESTRATÉGICO META 2020.

- ◆ KAREN LORENA CAGÜEÑAS SUESCUN, ESTUDIANTE DE ECONOMÍA VII SEMESTRE, UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS.

- ◆ ENRIQUE ALEJADRO GARCÍA CHARRY, INGENIERO AGRÓNOMO, UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS.