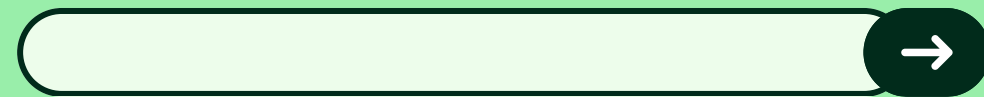
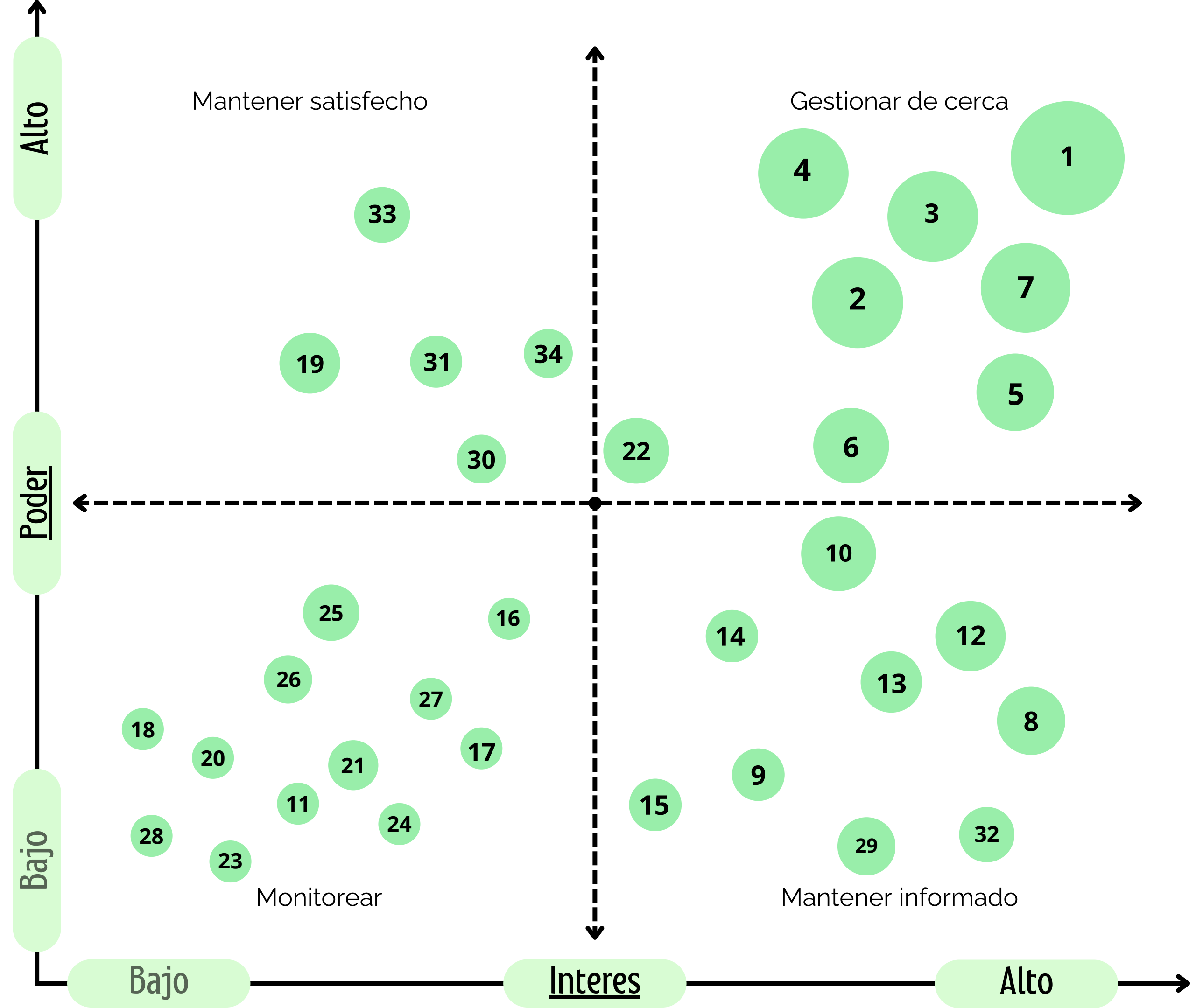


Mapeo de Stakeholders



Establece el nivel de poder e interes que tiene cada uno de los actores para establecer sus capacidades y posibles intervenciones en el proyecto a desarrollar



Actores

Clasificación de los actores de acuerdo a los 4 cuadrantes del plano

Gestionar de cerca	Mantener informado	Monitorear	Mantener satisfecho
<div>1. Turistas</div> <div>2. Guías turísticos</div> <div>3. Empresas turísticas</div> <div>4. Instituto de Turismo del Meta</div> <div>5. Ecopetrol</div> <div>6. Bioparque Los Ocarros</div> <div>7. Instituto de Turismo de Villavicencio</div> <div>22. Acueductos locales</div>	<div>8. Habitantes locales interesados</div> <div>9. Distribuidoras de insumos agrícolas</div> <div>10. Alcaldía Secretaría de Competitividad y Desarrollo de Villavicencio</div> <div>12. MECA Turismo</div> <div>13. Fenalco</div> <div>14. Bioagrícola</div> <div>15. Empresas de alimentos procesados</div> <div>29. Entidades académicas</div> <div>32. Ambientalistas radicales</div>	<div>11. Viveros</div> <div>16. Comercio local</div> <div>17. Cormacarena</div> <div>18. Hoteles tradicionales</div> <div>20. Dueños de animales de la zona</div> <div>21. Agricultores locales</div> <div>23. Personas con insomnio (si hay eventos nocturnos)</div> <div>24. Deportistas</div> <div>25. Hoteles ecológicos</div> <div>26. Cormacarena (Dirección de Planeación y Ordenamiento Ambiental)</div> <div>27. Beneficiarios del turismo no regulado</div> <div>28. Recicladores no regulados</div>	<div>19. Población local</div> <div>30. Transportadores locales</div> <div>31. Restaurantes locales</div> <div>33. Líderes comunitarios</div> <div>34. Organizaciones de defensa de los animales</div>

Gestionar de cerca

1. Turistas (1) ● (Círculo grande)
 - Son la base del proyecto, su satisfacción define el éxito.
 - Sin ellos, el ecoturismo no funciona.
2. Guías turísticos (2) ● (Círculo grande)
 - Dependientes del proyecto para su empleo.
 - Alto interés porque su trabajo depende del turismo sostenible; poder alto porque pueden promocionar o desincentivar visitas.
3. Empresas turísticas (3) ● (Círculo grande)
 - Son actores comerciales clave.
 - Alto interés porque afecta su negocio; poder alto porque pueden invertir o retirarse.
4. Instituto de Turismo del Meta (4) ● (Círculo muy grande)
 - Institución clave para la planificación turística.
 - Alto interés en el éxito del ecoturismo; poder alto porque regula y financia iniciativas.
5. Ecopetrol (5) ● (Círculo grande)
 - Empresa con posibles intereses en el territorio.
 - Alto poder por recursos y decisiones estratégicas; interés en evitar conflictos ambientales.
6. Bioparque Los Ocarros (6) ● (Círculo grande)
 - Entidad de conservación con impacto en fauna local.
 - Poder alto porque maneja especies y recursos naturales; interés alto porque podría generar alianzas.
7. Instituto de Turismo de Villavicencio (7) ● (Círculo grande)
 - Organismo clave para el desarrollo turístico.
 - Alto poder porque promueve regulaciones; alto interés en fortalecer el turismo local.
8. Acueductos locales (22) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Su interés es garantizar el acceso al agua sin impactos negativos.
 - Poder alto porque controla recursos hídricos.

Mantener informado

1. Habitantes locales interesados (8) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Su vida puede verse afectada, pero no tienen poder directo.
 - Alto interés porque influye en su calidad de vida.
2. Distribuidoras de insumos agrícolas (9) ● (Círculo mediano)
 - Dependientes de la economía local, pero sin poder de decisión.
3. Alcaldía - Secretaría de Competitividad y Desarrollo (10) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Su papel es apoyar proyectos económicos, aunque no decide directamente.
4. MECA Turismo (12) ● (Círculo intermedio)
 - Involucrados en la promoción turística, pero sin poder de ejecución.
5. Fenalco (13) ● (Círculo intermedio)
 - Interesado en el comercio turístico, sin control directo sobre el proyecto.
6. Bioagrícola (14) ● (Círculo intermedio-pequeño)
 - Puede verse afectado por el manejo de residuos, pero su impacto es limitado.
7. Empresas de alimentos procesados (15) ● (Círculo mediano)
 - Dependen del turismo, pero sin poder de decisión.
8. Entidades académicas (29) ● (Círculo mediano)
 - Investigan el impacto del proyecto, sin tomar decisiones.
9. Ambientalistas radicales (32) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Su activismo puede influir en la percepción pública, aunque no tienen poder institucional.

Monitorear

1. Viveros (11) ● (Círculo pequeño)
 - Ligados al suministro de plantas, pero sin influencia directa.
2. Comercio local (16) ● (Círculo pequeño)
 - Puede beneficiarse, pero no tiene impacto en el desarrollo del proyecto.
3. Comarcarena (17) ● (Círculo pequeño)
 - Entidad regional con impacto menor.
4. Hoteles tradicionales (18) ● (Círculo intermedio-pequeño)
 - Competencia indirecta del ecoturismo.
5. Dueños de animales de la zona (20) ● (Círculo pequeño)
 - Podrían verse afectados si hay ruido o cambios ambientales.
6. Personas con insomnio (si hay eventos nocturnos) (23) ● (Círculo pequeño)
 - Impacto indirecto, sin poder de decisión.
7. Deportistas (24) ● (Círculo pequeño)
 - Pueden beneficiarse, pero sin peso en el proyecto.
8. Hoteles ecológicos (25) ● (Círculo intermedio)
 - Competencia o aliados del proyecto.
9. Planeación y Ordenamiento Ambiental (26) ● (Círculo intermedio-pequeño)
 - Evalúan impactos, pero sin gran influencia.
10. Beneficiarios del turismo no regulado (27) ● (Círculo pequeño)
 - Sin poder ni impacto fuerte.
11. Recicladores no regulados (28) ● (Círculo pequeño)
 - Impacto ambiental, pero sin influencia real.

Mantener satisfecho

1. Población local (19) ● (Círculo grande)
 - Puede generar resistencia o apoyo al proyecto, aunque no esté directamente involucrada.
2. Transportadores locales (30) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Dependientes del turismo, con influencia moderada en la logística.
3. Restaurantes locales (31) ● (Círculo intermedio-grande)
 - Beneficiados indirectamente, pero con impacto en la percepción del turismo.
4. Líderes comunitarios (33) ● (Círculo grande)
 - Representan la voz de la comunidad, pueden generar apoyo o rechazo.
5. Organizaciones de defensa de los animales (34) ● (Círculo grande)
 - Pueden influir en políticas ambientales y la percepción pública.

