**Las claves: producto turístico con enfoque empresarial amazónico**

**Resumen**

El producto turístico amazónico con enfoque empresarial requiere una planificación estratégica basada en la sostenibilidad y competitividad del destino. Para este estudio se utilizó una metodología mixta, combinando el análisis cuantitativo y cualitativo a través de encuestas, entrevistas y análisis de datos de turistas y empresas del sector. Se enfatizó la planificación como un pilar esencial, destacando la necesidad de involucrar tanto a actores locales como a empresas y gobiernos para desarrollar una visión compartida del destino amazónico. Las claves como: la integración de inteligencia turística al territorio permite analizar patrones de consumo, segmentar mercados y mejorar la oferta. Esto se complementa con la medición de experiencias de los visitantes, evaluando la satisfacción y el impacto cultural y ambiental, para ajustar los productos y servicios a las expectativas de los turistas. La gestión de productos se enfoca en diversificar la oferta, resaltando los recursos naturales y culturales únicos de la Amazonía, mientras que la gobernanza busca fomentar la cooperación entre los sectores público y privado. Los resultados muestran que una gestión coordinada y sustentable permite mejorar la calidad del destino, incrementar la satisfacción del turista y fortalecer la economía local, generando un producto turístico integrado y complementario.