

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: Blue Amazon

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

QUE PRESENTA:

Jhoseline Rosalia, Cáceda Pérez

María Del Pilar, Contreras Yalán

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

QUE PRESENTA:

Humberto Alonso, López Vasquez

Jorge Luis Zuñiga Caycho

ASESOR

Luis Alfonso, Del Carpio Castro

Surco, julio, 2025

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Luis Alfonso Del Carpio Castro, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado “Modelo ProLab: Blue Amazon”, de los (as) autores(as):

Jhoseline Rosalia, Cáceda Pérez - 20227429

María Del Pilar, Contreras Yalán - 20227395


Humberto Alonso, López Vasquez - 20227413

Jorge Luis Zuñiga Caycho - 20227428

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 20 %. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 25/06/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha surco, 25 de junio 2025

Del Carpio Castro, Luis	
DNI: 07535773	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9084-1193	

Dedicatoria

De Jhoseline Rosalia, Cáceda Pérez

A mis padres, Luis y Aída, por su amor incondicional y constante apoyo a lo largo de este camino. A mis hermanas, Geraldine y Kmila, por su aliento permanente y compañía en cada etapa.

A mi querido novio, Diego, por su infinita paciencia, su respaldo inquebrantable y su cariño diario.

A mis pequeños Justina, Lilith, Faustus y Binbin, cuya alegría y compañía llenaron de luz mis días.

De María Del Pilar, Contreras Yalán

A mi hijo Hugo Raúl, quién me inspira a ser mejor cada día.

A la memoria de mi amada madre Ayda Yalán quien siempre creyó en mí. Aunque ya no estés, tu amor y tus enseñanzas siguen guiándome.

A mi padre Walter Contreras por ser mi mayor ejemplo de esfuerzo y superación. A mis hermanos por su apoyo constante. A mi madrina Elva cuya valentía y fortaleza en estos tiempos difíciles me inspiran profundamente.

De Humberto Alonso, López Vasquez

A mi esposa Kelly, cuyo amor y apoyo inquebrantables han sido mi mayor fuente de inspiración.

A mis hermanos, Diana, Zuly y Luis por su respaldo y cariño.

Su aliento constante ha sido esencial en cada paso de este viaje

De Jorge Luis, Zuñiga Caycho

A mi amada esposa, Pamela Reátegui Medina, por estar siempre presente con su paciencia, fortaleza y amor, especialmente en los momentos más desafiantes. Gracias por caminar a mi lado, por impulsarme con tu amor y por ser mi mayor soporte en este camino.

A mis hijos, Paula, Miranda y Marcelo, ustedes son mi luz, mi impulso y mi razón. Cada paso que doy, cada meta que persigo tiene como raíz el profundo amor que les tengo. Son mi inspiración constante, la fuerza que me levanta en los días difíciles y la alegría que llena mi vida. Gracias por mostrarme, con cada gesto y cada día, lo que realmente significa amar sin condiciones. Son el regalo más puro y perfecto que Dios me ha confiado, mi mayor tesoro en esta vida.

Agradecimiento

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis compañeros de tesis por su apoyo y trabajo en equipo. También agradezco a mi asesor Luis del Carpio por su valiosa orientación y apoyo durante todo el proceso de esta tesis. Agradezco a mi familia por su apoyo constante y comprensión. Sin su aliento y paciencia, este proyecto no habría sido posible. A todos, muchas gracias.

Jhoseline Rosalia, Cáceda Pérez

A Dios por estar a mi lado en cada paso. A mis compañeros de tesis, por su apoyo y amistad. A mi asesor de tesis Luis del Carpio, por sus valiosos consejos.

María Del Pilar, Contreras Yalán

A Dios por guiarme y darme fortaleza durante todo el proceso de este MBA. A mi esposa, por su apoyo incondicional que ha sido fundamental. A mis padres por su amor, sacrificio y por su formación, que me brindaron las bases para llegar hasta aquí. A nuestro asesor Luis del Carpio por su importante orientación y consejo. A mis compañeros y amigos de tesis por su valioso apoyo. Sin el respaldo y la inspiración de todos ellos, este proyecto no habría sido posible.

Humberto Alonso, López Vásquez.

Primero y por, sobre todo, agradezco a Dios por haberme otorgado la fortaleza, la salud y la claridad necesarias para perseverar, incluso cuando las circunstancias fueron más adversas. Su guía constante ha sido mi faro en este camino y la luz que ha iluminado cada paso de este recorrido.

Agradezco profundamente a mi equipo de trabajo: Jhoseline, María y Humberto. Gracias por su compromiso, profesionalismo y por caminar a mi lado con entusiasmo y convicción en cada etapa de este proyecto. A mi padre, por su ejemplo de vida, por su amor incondicional y por cuidar de los nuestros. Su fuerza sigue guiando mis pasos.

Jorge Luis, Zuñiga Caycho.

Resumen Ejecutivo

El proyecto Blue Amazon propone la implementación de un modelo de turismo rural comunitario sostenible en las zonas adyacentes al Parque Nacional Cordillera Azul (PNCAZ), en el Perú. Esta iniciativa se distingue por su carácter innovador, potencial de replicabilidad y por estar articulada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Su enfoque está centrado en la participación de las comunidades locales, aprovechando tanto su ubicación estratégica como el alto valor ecológico y cultural de la zona. La ejecución del proyecto se realizará en alianza con la ONG CIMA (Centro de Conservación, Investigación y Manejo de Áreas Naturales) y con actores comunales, buscando un balance entre la conservación del patrimonio natural-cultural y la promoción del bienestar económico local.

En cuanto al diagnóstico territorial, se identificaron limitaciones vinculadas a la infraestructura, la competencia de destinos turísticos más consolidados y el perfil exigente de los turistas responsables. Sin embargo, también se reconocen oportunidades asociadas al crecimiento del turismo y a la tendencia global hacia experiencias auténticas y sostenibles. Para definir al usuario objetivo se utilizaron herramientas como el Lienzo del Meta Usuario, el Mapa de la Experiencia del Usuario, entrevistas, encuestas y trabajo de campo. El segmento identificado está conformado por turistas nacionales e internacionales de entre 40 y 65 años, interesados en el contacto directo con comunidades y la naturaleza bajo un enfoque responsable.

La inversión estimada para ejecutar el proyecto asciende a S/ 979,730. Aplicando un costo de capital promedio ponderado (WACC) de 28.155%, se proyecta un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 15'470,297 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 342.19%. El proyecto se vincula principalmente con los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres). En términos de impacto social, se estima una generación de ingresos y empleo sostenido equivalente a S/ 288,000 anuales, frente a costos ambientales

mínimos (S/ 622 anuales), lo que resulta en un Valor Actual Neto Social (VANS) positivo de S/ 1,147,415.73. En conclusión, Blue Amazon constituye una propuesta innovadora, económicamente viable y socialmente transformadora, que promueve el desarrollo sostenible con enfoque territorial y comunitario.



Abstract

The Amazonia Azul project proposes the implementation of a sustainable community-based rural tourism model in the areas adjacent to the Cordillera Azul National Park (PNCAZ) in Peru. This initiative is distinguished by its innovative nature, potential for replication, and its alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs). Its approach focusses on the participation of local communities, taking advantage of both its strategic location and the area's high ecological and cultural value. The project will be implemented in partnership with the NGO CIMA (Center for Conservation, Research, and Management of Natural Areas) and with community stakeholders, seeking a balance between the conservation of natural and cultural heritage and the promotion of local economic well-being.

Regarding the territorial assessment, limitations related to infrastructure, competition from more established tourist destinations, and the demanding profile of responsible tourists are identified. However, opportunities associated with the growth of tourism and the global trend toward authentic and sustainable experiences are also recognized. To define the target user, tools such as the Meta-User Canvas, the User Experience Map, interviews, surveys, and fieldwork were used. The identified segment is made up of national and international tourists between 40 and 65 years old, interested in direct contact with communities and nature through a responsible approach.

The estimated investment to execute the project amounts to S/ 979,730. Applying a weighted average cost of capital (WACC) of 28.155%, a Net Present Value (NPV) of S/ 15,470,297 and an Internal Rate of Return (IRR) of 342.19% are projected. The project is primarily linked to SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) and SDG 15 (Life on Land). In terms of social impact, the project is estimated to generate income and sustained employment equivalent to S/ 288,000 annually, compared to minimal environmental costs (S/ 622 annually), resulting in a positive Social Net Present Value (NPV) of S/ 1,147,415.73. In

conclusion, Amazonía Azul represents an innovative, economically viable, and socially transformative proposal that promotes sustainable development with a territorial and community focus.



Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	xiv
Lista de Figuras	xv
Capítulo I. Definición del Problema	1
1.1. Contexto del Problema a Resolver.....	1
1.2. Presentación del Problema a Resolver	2
1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver	4
1.4. Resumen del capítulo	5
Capítulo II. Análisis del Mercado	6
2.1 Descripción del Mercado o Industria.....	6
2.1.1 Entorno económico	7
2.1.2 Entorno regulatorio	7
2.1.3 Normas ambientales.....	8
2.1.4 Políticas turísticas	8
2.2 Análisis Competitivo Detallado.....	10
2.2.1 Análisis FODA.....	10
2.2.2 Las Cinco Fuerzas de Porter	11
2.2.3 Competidores principales.....	18
2.3 Resumen del capítulo	19
Capítulo III. Investigación del Usuario.....	21
3.1 Perfil del usuario o cliente	21
3.1.1 Metodología para el Desarrollo de Encuesta	21
3.1.2 Análisis Demográfico	22
3.1.3 Motivaciones y Expectativas	23
3.1.4 Comportamiento de Consumo	24
3.1.5 Segmentación Psicográfica	25
3.1.6 Desarrollo de Perfiles.....	26
3.1.7 Evaluación de los Perfiles	27
3.2 Mapa de Experiencia del usuario	29
3.3 Identificación de la Necesidad	31
3.4 Resumen de capítulo	33
Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio.....	34
4.1. Concepción del Producto o Servicio.....	34

4.2. Desarrollo de la Narrativa	45
4.3. Carácter Innovador del Producto o Servicio	46
4.4. Propuesta de Valor	47
4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)	49
4.6 Resumen del capítulo	58
Capítulo V. Modelo de Negocio	60
5.1. Lienzo del Modelo de Negocio	60
5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio	68
5.3. Escalabilidad del modelo de negocio	70
5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio	71
5.5 Resumen del capítulo	72
Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable	73
6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución	73
6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución	73
6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución	75
6.2. Validación de la factibilidad de la solución	78
6.2.1. Plan de Mercadeo	79
6.2.2. Plan de Operaciones	82
6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis	84
6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución	87
6.3.1. Presupuesto de Inversión	87
6.3.2. Análisis Financiero	89
6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis	90
6.4 Resumen del capítulo	91
Capítulo VII. Solución Sostenible	92
7.1. Relevancia social de la solución	92
7.2. Rentabilidad Social de la Solución	97
7.2.1. Beneficios Sociales	97
7.2.2. Costos Sociales	98
7.3 Resumen del capítulo	100
Capítulo VIII. Decisión e Implementación	101
8.1. Plan de implementación y equipo de trabajo	101
8.2. Conclusión	103

8.3. Recomendación.....	104
Referencias.....	106
Apéndice A: Guía de Entrevista a Socios Estratégicos	112
Apéndice B: Guía de encuesta	114
Apéndice C: Encuesta de Validación de Deseabilidad	120
Fotos de la visita a PNCAZ	121



Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Visitantes por categoría de ANP, 2014-2019</i>	9
Tabla 2 <i>Perfiles de los clientes</i>	14
Tabla 3 <i>Matriz Comparativa Competidores</i>	17
Tabla 4 <i>Competidores</i>	18
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa Competidores</i>	29
Tabla 6 <i>Matriz de priorización de necesidades</i>	32
Tabla 7 <i>Lienzo 6x6</i>	35
Tabla 8 <i>Matriz Quick Wins</i>	38
Tabla 9 <i>Comunidades</i>	41
Tabla 10 <i>Lienzo Business Model Canvas</i>	63
Tabla 11 <i>Proyección de ventas (cantidad)</i>	69
Tabla 12 <i>Proyección de ventas (en soles, por año)</i>	69
Tabla 13 <i>Proyección de costos (en soles, por año)</i>	69
Tabla 14 <i>Viabilidad Financiera</i>	69
Tabla 15 <i>ExO</i>	70
Tabla 16 <i>Resultados de la deseabilidad de la Hipótesis 1</i>	77
Tabla 17 <i>Resultados de la Deseabilidad de la Hipótesis 2</i>	78
Tabla 18 <i>Cálculo del VTVC y CAC Iniciales</i>	85
Tabla 19 <i>Simulación Monte Carlo de hipótesis Marketing</i>	86
Tabla 20 <i>Plan de inversión</i>	87
Tabla 21 <i>Inversión en activos fijos</i>	87
Tabla 22 <i>Inversión en activos intangibles</i>	88
Tabla 23 <i>Inversión en capital de trabajo</i>	88
Tabla 24 <i>Flujo de caja libre</i>	89
Tabla 25 <i>Distribuciones asumidas</i>	90
Tabla 26 <i>Simulación del VAN</i>	91
Tabla 27 <i>Flourishing Business Canvas</i>	95
Tabla 28 <i>Metas Impactadas de la ODS 8</i>	96
Tabla 29 <i>Metas Impactadas de la ODS 15</i>	96
Tabla 30 <i>Cálculo del TRI de BLUE AMAZON</i>	97
Tabla 31 <i>Beneficios Sociales</i>	98
Tabla 32 <i>Costos Sociales</i>	99
Tabla 33 <i>Van Social</i>	100
Tabla 34 <i>Plan de implementación</i>	102

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Lienzo de dos dimensiones</i>	3
Figura 2. <i>Matriz de Meta Usuario</i>	28
Figura 3. <i>Mapa de experiencia del usuario</i>	31
Figura 4. <i>Matriz Costo Impacto</i>	37
Figura 5. <i>Lienzo Propuesta de Valor</i>	48
Figura 6. <i>Sprint 1 – Blue Amazon – Pantalla Inicial</i>	51
Figura 7. <i>Sprint 1 – Blue Amazon - Introducción</i>	51
Figura 8. <i>Sprint 1 – Blue Amazon – Servicios</i>	52
Figura 9. <i>Sprint 1 – Blue Amazon – Proyectos</i>	53
Figura 10. <i>Sprint 1 – Blue Amazon – Nosotros</i>	53
Figura 11. <i>Matriz Blanco de relevancia</i>	54
Figura 12. <i>Sprint 2 – Blue Amazon – Introducción</i>	56
Figura 13. <i>Sprint 2 – Blue Amazon – Nosotros</i>	56
Figura 14. <i>Sprint 2 – Blue Amazon – Servicio</i>	57
Figura 15. <i>Ruta turística “Valle del Aspuzana”</i>	66
Figura 16. <i>Matriz de Priorización de Hipótesis</i>	74
Figura 17. <i>Ingreso a la zona de amortiguamiento del PNCAZ</i>	121
Figura 18. <i>Vista exterior del campamento</i>	121
Figura 19. <i>Zona de descanso 1</i>	122
Figura 20. <i>Zona de descanso 2</i>	122
Figura 21. <i>Punto ecológico</i>	123
Figura 22. <i>Parada de información</i>	123
Figura 23. <i>Oficinas</i>	124
Figura 24. <i>Servicios higiénicos</i>	124
Figura 25. <i>Sala de reuniones</i>	125
Figura 26. <i>Libro de visitas</i>	125

Figura 27. <i>Paneles solares</i>	126
Figura 28. <i>Camioneta de CIMA</i>	126
Figura 29. <i>La sala de Cacao</i>	127
Figura 30. <i>Letrero informativo</i>	127
Figura 31. <i>Vista externa</i>	128
Figura 32. <i>Ingreso al C.P. Montaña Verde</i>	128
Figura 33. <i>Foto grupal 1</i>	129
Figura 34. <i>Foto grupal 2</i>	129



Capítulo I. Definición del Problema

El presente capítulo expone el contexto general y específico del problema que ha dado origen al desarrollo de este proyecto empresarial. A partir de un análisis integral del entorno, se ha identificado una necesidad insatisfecha y una oportunidad de mejora que constituyen desafíos significativos para el sector en el que se enmarca la propuesta. En este sentido, se plantea de manera clara y estructurada la problemática a resolver, resaltando su impacto, nivel de complejidad y relevancia, tanto desde una perspectiva económica como social y ambiental.

1.1. Contexto del Problema a Resolver

En los últimos años, el turismo global ha experimentado una profunda transformación debido a la pandemia de COVID-19 y sus impactos económicos y sociales. Antes de esta crisis sanitaria, el Perú se consolidaba como un destino turístico de gran atractivo, gracias a su rica diversidad cultural, su excepcional biodiversidad y sus paisajes únicos. Sin embargo, la pandemia interrumpió significativamente el crecimiento sostenido de los flujos turísticos, tanto nacionales como internacionales, generando repercusiones directas en las economías locales, especialmente en las zonas rurales donde el turismo y la agricultura son pilares fundamentales para la subsistencia.

El PNCAZ, creado en 2001, es una de las áreas naturales protegidas más emblemáticas del Perú, abarcando aproximadamente 1.35 millones de hectáreas en los departamentos de San Martín, Huánuco, Ucayali y Loreto (Gobierno del Perú, 2025). Este parque se distingue por su extraordinaria biodiversidad y su valioso legado cultural. Entre las especies más representativas se encuentran el jaguar, el oso andino, el mono choro de cola amarilla y árboles emblemáticos como la lupuna y el cedro. El PNCAZ abarca ecosistemas que van desde zonas montañosas hasta la selva baja, y es hogar de comunidades indígenas

como los Shipibo-Konibo y Kichwa-Lamistas, cuyas tradiciones mantienen una profunda conexión espiritual y cultural con el entorno natural.

Las comunidades rurales ubicadas en la zona de amortiguamiento del PNCAZ enfrentan múltiples desafíos relacionados con el desarrollo sostenible y la conservación de sus territorios. Entre los principales obstáculos se encuentran: la limitada diversificación productiva, caracterizada por una dependencia de actividades extractivas que comprometen los recursos naturales; la insuficiente infraestructura, que restringe el desarrollo del Turismo Rural Comunitario (TRC); la creciente presión ambiental derivada de la deforestación y prácticas no sostenibles; y la ausencia de modelos turísticos integrales que involucren activamente a las comunidades en la gestión del territorio. Estos problemas se ven agravados por la persistencia de actividades económicas tradicionales que generan impactos negativos, como la degradación del suelo, la pérdida de hábitats y la reducción de la biodiversidad. En este contexto, la falta de diversificación de ingresos perpetúa condiciones de pobreza, exclusión y desigualdad en las comunidades locales.

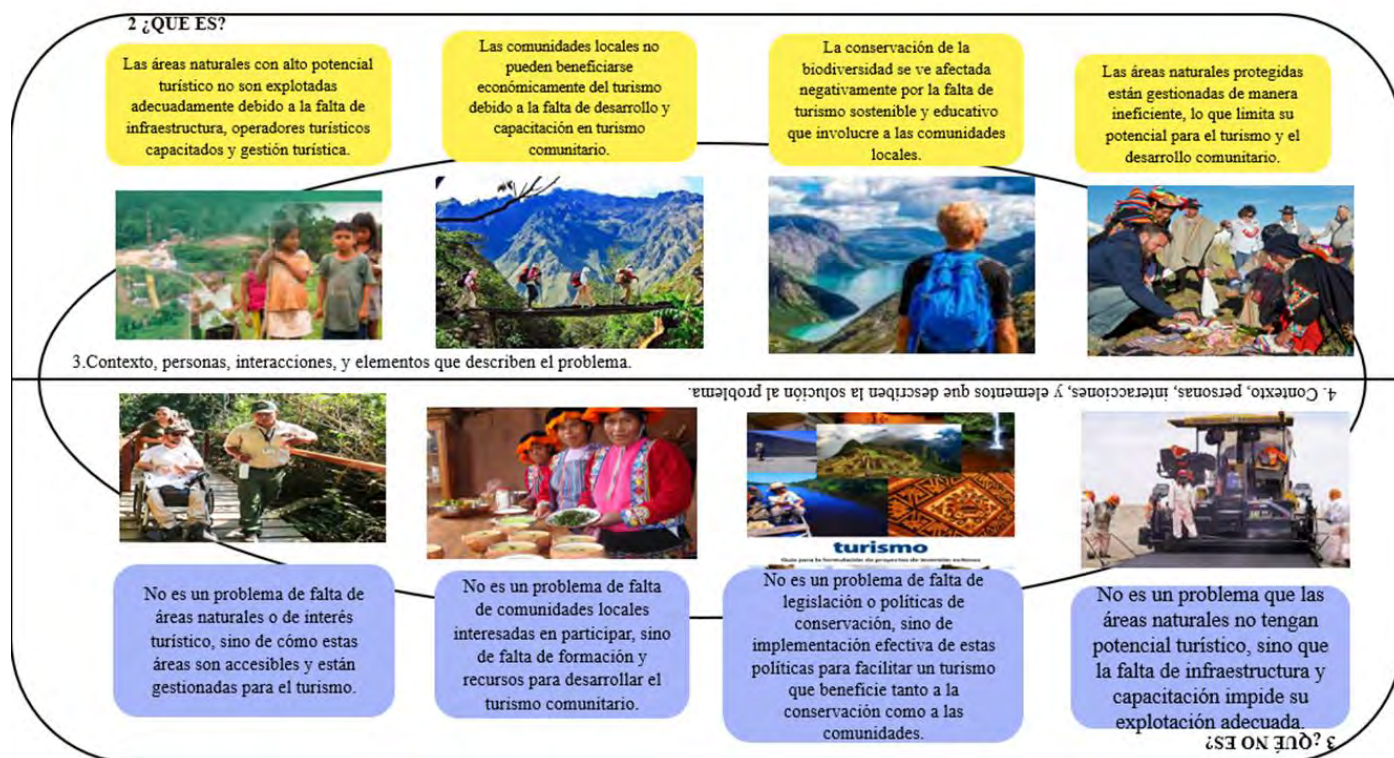
1.2. Presentación del Problema a Resolver

Según el Ministerio del Ambiente (MINAM, 2021), el Perú cuenta con 76 Áreas Naturales Protegidas (ANP), que cubren aproximadamente el 17% del territorio nacional. Estas áreas, clasificadas en Parques Nacionales, Reservas Nacionales, Santuarios y otras categorías, constituyen un valioso patrimonio biológico y cultural. No obstante, su aprovechamiento turístico es limitado. La Contraloría General de la República (Castillo et al., 2021) indica que solo el 33% de estas áreas logra una explotación turística efectiva, el 51% utiliza parcialmente su potencial y el 16% carece de actividades turísticas. Esta situación evidencia una oportunidad desaprovechada para el desarrollo económico y la conservación.

El análisis representado en el lienzo de dos dimensiones (Figura 1) identifica la ausencia de estrategias sólidas para promover el TRC como el núcleo de la problemática.

Entre los principales factores limitantes se encuentran: la falta de infraestructura turística sostenible; la carencia de servicios básicos adecuados, como alojamiento, transporte y actividades turísticas bien estructuradas; una gestión interinstitucional deficiente, caracterizada por una limitada coordinación entre el Estado, el sector privado y las comunidades; la escasez de operadores turísticos locales capacitados, lo que afecta la calidad y sostenibilidad de los servicios; y una integración insuficiente de las comunidades locales en el modelo turístico. Estas barreras no solo restringen el impacto económico positivo que el turismo podría generar en las zonas rurales, sino que también dificultan los esfuerzos de conservación de los ecosistemas y la biodiversidad, al tiempo que perpetúan brechas estructurales de desigualdad al limitar las oportunidades de desarrollo de las comunidades. Por ello, esta investigación se centra en el Parque Nacional Cordillera Azul como un área natural protegida prioritaria, con un horizonte de análisis y proyección establecido para el año 2025.

Figura 1.
Lienzo de dos dimensiones



1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver

El informe de la Contraloría General de la República (Castillo et al., 2021) revela que el 51% de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) en el Perú aprovecha solo parcialmente su potencial turístico, mientras que el 16% no desarrolla ninguna actividad turística. Esta situación pone de manifiesto la necesidad urgente de implementar estrategias centradas en el TRC que integren indicadores de conservación ambiental y protección de las comunidades locales. En este contexto, el proyecto Blue Amazon se presenta como una iniciativa con alto potencial de replicabilidad y escalabilidad. Este modelo de turismo rural comunitario sostenible no solo atiende las necesidades de cuatro comunidades en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, sino que también es adaptable a otras 225 comunidades rurales con características similares o interesadas en adoptar un enfoque de desarrollo sostenible (Araujo y Casavecchia, 2014). Según el Centro de Conservación, Investigación y Manejo de Áreas Naturales (CIMA, 2025), esta zona de amortiguamiento abarca aproximadamente 23,000 km² y alberga 443 centros poblados y comunidades.

La gestión actual del PNCAZ, liderada de manera participativa por autoridades locales y la ONG CIMA-Cordillera Azul, ha sido fundamental para la conservación de su biodiversidad. No obstante, persisten limitaciones en la integración efectiva de las comunidades rurales en iniciativas turísticas sostenibles, lo que restringe el aprovechamiento pleno del potencial económico, social y ecológico del turismo en la región (Ministerio del Ambiente, 2017). Entre los principales desafíos se encuentran: la escasez de oportunidades para generar ingresos, la falta de capacitación y empoderamiento local, los impactos negativos sobre los ecosistemas, la distribución desigual de los beneficios del turismo y una limitada coordinación entre los sectores público, privado y comunitario.

Estas barreras no solo restringen las oportunidades económicas de las comunidades, sino que también comprometen la conservación de los ecosistemas al no ofrecer alternativas

de desarrollo viables y sostenibles. El problema social abordado en esta propuesta radica en la exclusión económica y social de las comunidades rurales en el área de influencia del PNCAZ, agravada por la ausencia de modelos turísticos integrales que promuevan una distribución equitativa de beneficios y prioricen la conservación ambiental. Frente a esta realidad, Blue Amazon se posiciona como una solución estratégica e inclusiva, en la que las comunidades rurales asumen un rol activo en el desarrollo mediante el diseño participativo y la implementación de servicios turísticos sostenibles, articulados con la conservación y el uso responsable del patrimonio natural y cultural.

1.4. Resumen del capítulo

El turismo en el Perú, afectado por la pandemia de COVID-19, enfrenta retos en el PNCAZ, un área protegida de 1.35 millones de hectáreas con rica biodiversidad y legado cultural. Las comunidades rurales de su zona de amortiguamiento lidian con escasa infraestructura, deforestación y falta de modelos turísticos integrales, lo que perpetúa la pobreza y dificulta la conservación. Según la Contraloría (2021), el 51% de las Áreas Naturales Protegidas aprovecha parcialmente su potencial turístico, y el 16% no lo utiliza. El proyecto Blue Amazon propone un modelo de Turismo Rural Comunitario sostenible para cuatro comunidades, con potencial de replicabilidad en 225 más, promoviendo la inclusión, la conservación y el desarrollo económico equitativo para 2025.

Capítulo II. Análisis del Mercado

Este capítulo está enfocado en desarrollar un análisis detallado del contexto turístico, considerando tanto el ámbito nacional como el internacional. A través de la presentación de indicadores, datos estadísticos y representaciones gráficas, se busca ofrecer una visión integral del estado actual del sector turístico, con el propósito de identificar las oportunidades y desafíos clave en el entorno en el que se proyecta implementar la propuesta Blue Amazon.

2.1 Descripción del Mercado o Industria

El análisis se elaboró a partir de datos estadísticos oficiales (MINCETUR, PROMPERÚ, COMEXPERU), lo que permitió identificar tendencias de crecimiento, contracción y recuperación del sector turístico. Se utilizó una estrategia descriptiva y comparativa para contextualizar la evolución del mercado, con énfasis en el Turismo Rural Comunitario, debido a su creciente demanda y relevancia estratégica para el desarrollo sostenible del turismo en el Perú.

El turismo en el Perú ha mostrado un crecimiento sostenido, pasando de 15.4 millones de turistas nacionales en 2004 a 54.9 millones en 2019. La pandemia de COVID-19 provocó una contracción significativa, con 34.6 millones de turistas internos en 2020, seguida de una recuperación a 45.7 millones en 2021 y 50.9 millones en 2024. En cuanto al turismo receptivo, los arribos crecieron de 2.6 millones en 2004 a 8.3 millones en 2019, pero cayeron a 1.8 millones en 2020 y 2.1 millones en 2021, recuperándose a 5 millones en 2022, 4.5 millones en 2023 y 6.7 millones en 2024 (MINCETUR, 2025). En la región de San Martín, el turismo extranjero registró 21,472 visitantes en 2018, 18,805 en 2019, 10,322 en 2020, 13,094 en 2021, 24,765 en 2022, 33,142 en 2023 y 26,725 en 2024. Por su parte, los turistas nacionales alcanzaron 1,271,424 en 2018, 1,271,382 en 2019, 556,010 en 2020, 1,027,294 en 2021, 1,118,965 en 2022, 1,019,766 en 2023 y 1,029,862 en 2024 (MINCETUR, 2025).

El mercado nacional e internacional muestra un creciente interés por el TRC. En 2021, el 41% de los turistas optó por paquetes que incluían visitas a comunidades nativas y actividades en contacto con la naturaleza, reflejando una preferencia por experiencias auténticas y sostenibles (PROMPERÚ, 2023). Estos paquetes, con costos de entre S/55 y S/200 por día, conectan a los visitantes con el patrimonio cultural y natural de zonas rurales (MINCETUR, 2022). Sin embargo, los conflictos políticos y sociales de 2022 y 2023 afectaron la percepción de seguridad del Perú, ralentizando su recuperación turística en comparación con otros países de la región. Pese a ello, en 2024 se observó un incremento significativo, con 2 millones de turistas internacionales entre enero y octubre de 2023, un 26.6% más que en 2022, aunque aún un 44.7% por debajo de los niveles de 2019 (COMEXPERU, 2024).

2.1.1 Entorno económico

El Perú acumuló 4 trimestres consecutivos de crecimiento en el 2024, sustentados en el incremento del gasto privado, la confianza empresarial, la reducción de la inflación, de las tasas de interés, y de las condiciones del mercado laboral. Esto, a pesar de la caída del gasto público y de la moderación del crecimiento de las exportaciones. En resumen, el PBI se incrementó en 3.3% en el 2024 (BRCP, 2024). De otro lado, en 2024, el turismo receptivo en el Perú registró un crecimiento del 29%, con la llegada de 3,256,693 visitantes internacionales. Este sector contribuyó con el 2.9% del PBI nacional y generó un incremento del 15.5% en el empleo turístico, reflejando su relevancia para la economía del país (MINCETUR, 2025).

2.1.2 Entorno regulatorio

El Gobierno peruano, a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), ha establecido un marco normativo para regular actividades turísticas, promoviendo el desarrollo productivo y sostenible. Entre las disposiciones destacan los

“Lineamientos básicos para la formulación de proyectos de inversión pública de apoyo al desarrollo productivo”, aprobados mediante Resolución Directoral N° 009-2012/63.01 (MEF, s.f.), la Ley General del Turismo (Congreso de la República, 2009), el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (Gobierno del Perú, 2016) y el Decreto Ley N° 22175, Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva (Gobierno del Perú, 1978).

2.1.3 Normas ambientales

Para fomentar el turismo sostenible, se han implementado normativas centradas en la protección ambiental, como la Ley N° 28611, Ley General del Ambiente (MINAM, 2012), la Ley N° 29763, Ley Forestal y de Fauna Silvestre (MINAM, 2015), y la Ley N° 27446, Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental, junto con su reglamento (MINAM, 2011). Asimismo, se han promulgado la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Gobierno del Perú, 2027); el Decreto Supremo N° 038-2001-AG, Reglamento de la Ley General de Áreas Naturales Protegidas (SENACE, 2001); y, la Ley N° 29325, Ley del Sistema Nacional de Evaluación y Fiscalización Ambiental (MINAM, 2017). Estas regulaciones buscan abordar los desafíos ambientales y garantizar la sostenibilidad de las actividades turísticas en el país.

2.1.4 Políticas turísticas

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) ha establecido un marco normativo para promover la sostenibilidad del turismo, destacando la Ley General de Turismo N° 29408 (Congreso de la República, 2009). A nivel nacional, las Áreas Naturales Protegidas (ANP) han registrado un aumento sostenido en la recepción de visitantes, consolidándose como espacios clave para el ecoturismo. Según el Informe Nacional sobre el Estado del Ambiente 2014–2019 (SINIA-MINAM, 2024), el flujo turístico en estas áreas creció de 1.3 millones de visitantes en 2014 a 2.7 millones en 2019, evidenciando un

creciente interés por actividades ligadas a la naturaleza y la conservación (ver Tabla 1). Las ANP más visitadas en ese periodo incluyen la Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras (21%), la Reserva Nacional de Paracas (17%), el Parque Nacional Huascarán (15%) y el Santuario Histórico de Machu Picchu (14%). Aunque el PNCAZ no se encuentra entre las más visitadas, su excepcional biodiversidad, ubicación estratégica en la región de San Martín y la cercanía a comunidades con potencial ecoturístico lo posicionan como un territorio idóneo para desarrollar un modelo de turismo rural comunitario sostenible.

Tabla 1

Visitantes por categoría de ANP, 2014-2019

Áreas naturales protegidas	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total	%
RN Sistema Islas IPG	245,312	344,406	413,770	412,944	524,481	579,772	2'520,685	21%
RN Paracas	184,587	223,132	327,952	354,303	427,013	487,799	2'004,786	17%
PN Huascarán	180,469	249,160	261,151	283,369	378,440	405,588	1'758,177	15%
SH Machu Picchu	163,734	165,007	186,018	332,282	368,798	423,803	1'639,642	14%
RN Titicaca	134,037	150,639	149,689	194,695	146,619	186,951	962,630	8%
SH Pampa Ayacucho	124,326	144,910	128,124	147,397	121,164	157,242	823,163	7%
PN Tingo María	65,721	83,583	89,808	91,383	107,287	113,597	551,379	5%
RN Tambopata	43,970	45,440	51,542	55,142	64,360	65,460	325,914	3%
Varias ANP	174,113	196,991	225,185	240,998	264,900	316,438	1'418,625	12%
Total general	1'316,269	1'603,268	225,185	2'112,513	2'403,062	2'736,650	12'005,001	100%

Fuente: SINIA-MINAM (2024)

La región de San Martín, donde se ubica el PNCAZ, destaca por su gran potencial para atraer turistas interesados en el Turismo Rural Comunitario (TRC). En 2020, a pesar de las restricciones de movilidad por la pandemia, este departamento registró el mayor promedio de permanencia de turistas nacionales, con 4.53 días por visitante, superando significativamente los valores de los períodos 2015-2019 (entre 1.27 y 1.32 días) y 2021-2024 (entre 1.32 y 1.39 días) (MINCETUR, 2024). La permanencia de turistas extranjeros, excluyendo 2020, se ha mantenido estable. Además, entrevistas realizadas revelan que el costo promedio por visita al PNCAZ, que incluye transporte, alimentación, accesos y alojamiento para un paquete de cuatro días y tres noches, supera los S/1,000, lo que evidencia el valor económico de las experiencias turísticas en la zona.

2.2 Análisis Competitivo Detallado

2.2.1 Análisis FODA

En el ámbito del TRC en el Perú, diversas iniciativas destacan por integrar sostenibilidad, conservación y desarrollo comunitario, representando tanto referentes como competidores directos para el proyecto Blue Amazon. A continuación, se presenta un análisis competitivo que evalúa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto frente a otros actores del mercado.

2.2.1.1 Las Fortalezas: La zona de amortiguamiento del **PNCAZ** constituye un activo estratégico debido a su excepcional biodiversidad, que permite ofrecer experiencias especializadas como la observación de aves y recorridos de herpetología, otorgando una ventaja competitiva frente a otros destinos turísticos del país. Blue Amazon se distingue por su propuesta de valor, que combina experiencias inmersivas con comunidades rurales, prácticas sostenibles y conservación del ecosistema amazónico. Además, emplea metodologías participativas que posicionan a las comunidades locales como protagonistas del proyecto, generando un impacto social directo.

2.2.1.2 Las Oportunidades: Blue Amazon propone un modelo innovador y escalable de TRC, alineado con los ODS, lo que lo diferencia de modelos turísticos tradicionales menos integradores. El creciente interés global por el ecoturismo y el turismo cultural, especialmente entre turistas internacionales de nivel socioeconómico medio-alto, representa una oportunidad clave. Este modelo tiene potencial de expansión a otras regiones, consolidando su capacidad para atraer inversionistas y socios estratégicos interesados en la sostenibilidad.

2.2.1.3 Las debilidades: La infraestructura turística en la zona de amortiguamiento del PNCAZ es limitada, lo que puede dificultar la atracción de turistas internacionales.

Asimismo, Blue Amazon enfrenta el desafío de una escasa visibilidad y posicionamiento de marca en los mercados turísticos nacional e internacional. Aunque la ONG CIMA ha desempeñado un rol activo en el trabajo con las comunidades del entorno del PNCAZ, el proyecto se encuentra en una etapa inicial, lo que implica limitaciones significativas en la disponibilidad de capital humano calificado y en la experiencia para gestionar actividades turísticas y financieras de manera efectiva.

2.2.1.4 Las amenazas: Los conflictos políticos y sociales en el Perú han generado una percepción de inseguridad que afecta la imagen del país como destino turístico, dificultando la recuperación del sector. Asimismo, la competencia de destinos turísticos consolidados, como Cusco, representa un desafío significativo debido a su reconocimiento internacional, infraestructura desarrollada y mayores recursos financieros destinados a la promoción, lo que otorga a estas regiones una ventaja competitiva frente al proyecto Blue Amazon.

2.2.2 Las Cinco Fuerzas de Porter

La rápida evolución tecnológica y la creciente competencia han transformado significativamente las prácticas y estrategias empresariales. Para las pymes, que a menudo operan con recursos más limitados que las empresas de mayor tamaño, estas fuerzas competitivas pueden ser particularmente pronunciadas (Ndzabukelwako et al., 2024). El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es una de las herramientas analíticas más utilizadas para evaluar el atractivo de una industria, basado en la economía de la organización industrial, ofreciendo una visión integral del entorno externo. Para ello, identifica cinco fuerzas competitivas clave: el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes, la amenaza de sustitutos, la amenaza de nuevos participantes y la rivalidad entre empresas existentes (Pangarkar et al., 2024).

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter ofrece un marco estratégico para evaluar la dinámica competitiva del TRC en el Perú, con un enfoque particular en el proyecto Blue Amazon. Este análisis permite identificar factores clave que influyen en el mercado y sirve como base para diseñar estrategias escalables, sostenibles y de alto impacto social, alineadas con los ODS.

2.2.2.1 Amenaza de nuevos participantes

Las amenazas de nuevos participantes se describen como los riesgos que suponen los potenciales ingresos, en función de la facilidad de entrada al sector (Pangarkar et al., 2024). La intensidad de la amenaza de entrada depende de las barreras existentes y de la respuesta de los competidores (Kohnová et al., 2023). En el caso de las pymes, los nuevos participantes pueden perturbar el mercado al reducir los precios, los márgenes de beneficio y, potencialmente, desplazar a las empresas establecidas (Ndzabukelwako et al., 2024). Sin embargo, la calidad del servicio, las diferencias de productos, las políticas gubernamentales y el valor de marca definirán el éxito de los nuevos entrantes (Frederick et al., 2021).

El TRC en el Perú presenta barreras de entrada elevadas, lo que favorece a los operadores establecidos y representa un desafío para nuevos participantes. Entre los principales factores que generan estas barreras se encuentran las relaciones comunitarias sólidas, el cumplimiento normativo y ambiental, y el conocimiento cultural y social. Establecer relaciones de confianza con las comunidades requiere tiempo, inversión y un acompañamiento continuo, siendo estas alianzas esenciales para ofrecer experiencias auténticas y sostenibles que diferencian al TRC (MINCETUR, 2022). En este sentido, la articulación previa de Blue Amazon con cuatro comunidades en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Cordillera Azul constituye un activo difícil de replicar, fortaleciendo su ventaja competitiva y desincentivando la entrada de nuevos competidores.

El cumplimiento normativo y ambiental en áreas protegidas exige la elaboración y ejecución de instrumentos de gestión ambiental y planes de manejo sostenibles, alineados con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 15 (Vida de ecosistemas terrestres). Estas regulaciones incrementan la complejidad y los costos de entrada, representando una barrera significativa para iniciativas sin experiencia o respaldo institucional. Asimismo, el conocimiento profundo de las dinámicas culturales, idiomas locales y prácticas tradicionales es crucial para lograr legitimidad y aceptación comunitaria, un proceso que demanda constancia y compromiso, no siendo viable de manera rápida ni superficial. Sin embargo, el creciente interés por el TRC y el apoyo de programas del MINCETUR para su promoción podrían facilitar la aparición de nuevos actores. Por ello, Blue Amazon debe mantener un modelo ágil, escalable e innovador, capaz de adaptarse a nuevas regiones y comunidades, destacándose por su enfoque integral y sostenible.

2.2.2.2 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores se refiere a su capacidad para influir en los precios de las materias primas o los servicios que prestan a las empresas (Ndzabukelwako et al., 2024). Si los proveedores son fuertes, lo utilizarán para cobrar precios más altos o insistir en condiciones más favorables (Kohnová et al., 2023), esto, contribuiría a un aumento de los costos operativos (Frederick et al., 2021). Por tanto, para las pymes, esto puede ser especialmente problemático cuando los proveedores tienen un control significativo sobre la cadena de suministro (Ndzabukelwako et al., 2024).

En el TRC, los proveedores, como comunidades rurales, guías turísticos locales, alojamientos autogestionados y servicios de transporte, tienen un poder de negociación significativo, dado que la calidad y autenticidad de la experiencia dependen de su colaboración. Para el proyecto Blue Amazon, esto requiere establecer acuerdos que valoren el conocimiento tradicional y el esfuerzo comunitario, alineándose con el Objetivo de

Desarrollo Sostenible 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico). Fortalecer las capacidades de estos proveedores asegura la continuidad y calidad de las operaciones, al tiempo que promueve la equidad y la corresponsabilidad en la gestión sostenible de los recursos naturales (Cañada & Gascón, 2016).

2.2.2.3 Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los compradores se relaciona con su capacidad para influir en los precios y exigir productos o servicios de mayor calidad (Ndzabukelwako et al., 2024). El poder de negociación aumenta a medida que se dispara el número de alternativas para el consumidor (Frederick et al., 2021). Por ello, si prevalece el poder de los clientes, estos usarán su influencia para bajar los precios o exigir un mayor valor por el producto/servicio (Kohnová et al., 2023).

Los turistas, particularmente aquellos con conciencia ambiental y social, ejercen un elevado poder de negociación debido a la amplia oferta de experiencias turísticas, que les permite comparar el TRC con otras modalidades, como el turismo de aventura, cultural o tradicional, exigiendo una sólida relación calidad-precio. El acceso a información global, facilitado por reseñas en línea y plataformas digitales, incrementa la presión sobre los operadores para ofrecer experiencias excepcionales, seguras y alineadas con los ODS. Además, la creciente demanda de experiencias que generen un impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente obliga a Blue Amazon a mantener altos estándares de calidad, transparencia y sostenibilidad (Büscher & Fletcher, 2017). La Tabla 2 presenta los tres perfiles de turistas potenciales para el PNCAZ, relevantes para el proyecto Blue Amazon: el turista ecológico consciente, el aventurero y el familiar. Estos perfiles se analizan según sus características demográficas, intereses, tipo de turismo preferido, nivel de ingresos y educación, junto con las ventajas y desventajas que cada grupo representa para el TRC

Tabla 2

Perfiles de los clientes

	Perfil	Ventaja	Desventaja
<p>Perfil 1: Turista Ecológico Consciente</p> <p>Este perfil es altamente relevante para el PNCAZ porque se alinea con las metas de conservación y ecoturismo del parque. Es ideal para ofrecer experiencias exclusivas y sostenibles en el PNCAZ, y su disposición a gastar puede ser clave para mantener la calidad y sostenibilidad de las actividades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Edad: 30-45 años • Intereses: Conservación, ecoturismo, actividades culturales • Actividades: Senderismo, observación de aves, talleres culturales • Tipo de Turismo: Ecoturismo • Ingresos: Más de \$5,000 • Nivel Educativo: Postgrado 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto poder adquisitivo: El perfil tiene un ingreso superior a los \$5,000, lo que indica que este turista tiene la capacidad económica para pagar tarifas premium y, por lo tanto, puede generar ingresos sustanciales para el PNCAZ. • Interés en ecoturismo y sostenibilidad: Este perfil está claramente alineado con el ecoturismo y las actividades sostenibles, que son el enfoque principal del PNCAZ. La conservación y las actividades culturales son fundamentales para este turista, lo que hace que el PNCAZ sea una opción ideal. • Educación superior: Este segmento, con formación académica a nivel de posgrado, suele contar con un mayor nivel de conciencia sobre temas de sostenibilidad y conservación ambiental, lo cual resulta coherente con los principios de gestión del 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda limitada: Aunque este perfil tiene un alto poder adquisitivo, la cantidad de turistas con estas características podría ser más limitada, especialmente en mercados locales.
<p>Perfil 2: Turista Aventurero</p> <p>Este perfil es adecuado si el PNCAZ busca atraer un público joven y dinámico que valore la aventura y el ecoturismo. Sin embargo, se deben tener en cuenta las implicaciones de sostenibilidad para garantizar que las actividades de aventura no perjudiquen el medio ambiente del parque.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Edad: 18-30 años • Intereses: Aventura, deportes al aire libre, ecoturismo • Actividades: Trekking, rafting, ciclismo • Tipo de Turismo: Aventura • Ingresos: \$1,000 - \$3,000 • Nivel Educativo: Universitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmento amplio: El grupo de 18 a 30 años es uno de los más numerosos en el mercado turístico, lo que ofrece un gran potencial de turistas. • Interés por actividades extremas: Las actividades como trekking, rafting y ciclismo son muy populares entre los jóvenes aventureros, lo que puede atraer turistas que buscan emociones fuertes y contacto cercano con la naturaleza. • Asequibilidad: Con ingresos de \$1,000 a \$3,000, este perfil es más accesible para una mayoría más amplia de turistas que el perfil del turista ecológico consciente, lo que puede resultar en un mayor volumen de visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posible impacto ambiental: La demanda por actividades de aventura intensas podría generar un mayor impacto ambiental si no se gestionan adecuadamente, lo cual podría ser un desafío para la sostenibilidad del PNCAZ. • Menor capacidad económica: Aunque este segmento tiene un volumen alto, el poder adquisitivo es relativamente bajo, lo que limita el precio de los servicios que se pueden ofrecer, especialmente en actividades más exclusivas o de lujo.
<p>Perfil 3: Turista Familiar</p> <p>Este perfil es excelente para fortalecer el TRC en el PNCAZ, debido a que se enfoca en la experiencia cultural y el</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusión: • Edad: 46-65 años • Intereses: Actividades moderadas, seguridad, comodidad • Actividades: Visitas culturales, caminatas suaves, talleres familiares 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad económica intermedia: Con un ingreso superior a los \$3,000, este grupo tiene una capacidad de gasto significativa, lo que facilita el diseño de paquetes turísticos que incluyan alojamiento cómodo y actividades familiares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos interés en aventura: Aunque este grupo valora la naturaleza y la cultura, no está tan interesado en actividades intensas o aventura extrema, lo que podría limitar

ecoturismo suave. Los turistas familiares son un segmento estable y confiable, con un poder adquisitivo adecuado y un interés en actividades que respeten el entorno natural	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Turismo: Cultural y ecoturismo • Ingresos: Más de \$3,000 • Nivel Educativo: Universitario/Postgrado 	<ul style="list-style-type: none"> • Interés en la cultura y ecoturismo: Este perfil está interesado en actividades más suaves, lo que lo hace ideal para el tipo de oferta cultural y ecoturística que el PNCAZ puede ofrecer, como caminatas suaves, talleres culturales y visitas a comunidades locales. • Comodidad y seguridad: La prioridad en comodidad y seguridad hace que este grupo busque experiencias más relajadas y adaptadas a las necesidades familiares, lo cual puede ser muy atractivo para aquellos que viajan con niños o personas mayores. 	la variedad de actividades que atraigan a este perfil.
--	--	---	--

2.2.2.4 Amenaza de productos o servicios sustitutos

Los sustitutos son productos que satisfacen las mismas necesidades que el producto establecido (Kohnová et al., 2023); donde, la naturaleza del producto determina que exista una alta probabilidad de sustitución. La posibilidad de sustitución se puede reducir al contar con un producto específico con características distintivas (Frederick et al., 2021). Para las pymes, la amenaza de los sustitutos puede ser particularmente desafiante en industrias donde la innovación y los avances tecnológicos se producen rápidamente (Ndzabukelwako et al., 2024).

El valor distintivo del TRC radica en la interacción directa con comunidades locales, un elemento difícil de replicar que fortalece la identidad de Blue Amazon y su alineación con el ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres) al involucrar a las comunidades en la conservación. Asimismo, el TRC ofrece experiencias transformadoras mediante un contacto profundo con la cultura y la naturaleza, una ventaja competitiva que las alternativas más genéricas no pueden igualar fácilmente. Considerando ello, los competidores son limitados, ya que mayormente el turismo está enfocado en turismo de aventura o el ecoturismo sin interacción comunitaria, así como desafíos derivados de restricciones de viaje y el auge de experiencias virtuales.

2.2.2.5 Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad se refiere a la competencia entre empresas de una industria para ganar cuota de mercado (Ndzabukelwako et al., 2024). Esta competencia ha aumentado a nivel global entre empresas que operan en el mismo sector (Frederick et al., 2021; Pangarkar et al., 2024). Si la rivalidad entre competidores en el sector es alta, la rentabilidad será menor. La rivalidad puede manifestarse en competencia de precios, publicidad, introducción de nuevos productos al mercado y mejora del servicio al cliente (Kohnová et al., 2023).

El TRC en el Perú se caracteriza por una competencia de nivel intermedio, impulsada por la creciente demanda de experiencias auténticas, sostenibles y con un fuerte componente cultural. Aunque pocas iniciativas están plenamente consolidadas en este nicho, la competencia se intensifica según factores como la calidad de los servicios turísticos, la accesibilidad a los destinos y el compromiso con el desarrollo comunitario y la conservación ambiental. Las iniciativas más exitosas destacan por ofrecer una conexión genuina con las comunidades locales a través de actividades como talleres culturales, gastronomía tradicional y exploración de entornos naturales. La sostenibilidad es un diferenciador clave, ya que las propuestas que priorizan prácticas ambientalmente responsables y el bienestar comunitario logran una ventaja competitiva significativa. Además, el acceso al mercado y las estrategias de promoción, incluyendo alianzas con operadores turísticos y entidades gubernamentales, son fundamentales para atraer más visitantes. La Tabla 3 presenta una matriz comparativa de competidores, destacando sus ventajas, mientras que la Tabla 4 detalla las fortalezas y características diferenciadoras de los principales actores.

Tabla 3

Matriz Comparativa Competidores

Indicador	Rainforest Expeditions (Madre de Dios)	La Tierra de los Yachaqs (Cusco)	Asociación de Conservación de Aguajales y Rencales del Alto Mayo (ADECARAM) (Tingana - San Martín)	Asociación de Turismo Ecológico Saludable Nuina Kama Jisti de Yamino (Ucayali)
Precio	Alta	Media	Media	Media
Calidad	Alta	Media	Alta	Alta
Experiencias	Alta	Alta	Alta	Alta

Promoción de PNCAZ	Alta	Media	Alta	Alta
Reconocimiento	Alta	Media	Media	Media
Trayectoria	Alta	Media	Media	Media

Tabla 4
Competidores

Competidores	Detalle
Rainforest Expeditions (Madre de Dios)	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla actividades de TRC en la región de Madre de Dios, específicamente en la zona de amortiguamiento de la Reserva Nacional Tambopata. Su enfoque principal es la protección de los ecosistemas amazónicos, ofreciendo al visitante una experiencia inmersiva y educativa en uno de los entornos con mayor biodiversidad del planeta. • Rainforest Expeditions brinda actividades orientadas a la observación de vida silvestre, caminatas interpretativas por la selva tropical y visitas culturales a comunidades indígenas locales, todo enmarcado en principios de sostenibilidad y conservación ambiental. • Su propuesta de valor se basa en un modelo de TRC que integra activamente a las comunidades locales en programas de protección del medio ambiente, fortaleciendo su rol como actores clave en la conservación de los ecosistemas amazónicos. • Adicionalmente, complementa su oferta turística con servicios de alojamiento en lodges ecológicos, diseñados para minimizar el impacto ambiental y brindar una experiencia auténtica y responsable al visitante.
La Tierra de los Yachaqs (Cusco)	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en el emblemático Valle Sagrado de los Incas, esta iniciativa de TRC ofrece una propuesta robusta de turismo vivencial, centrada en actividades que permiten a los visitantes experimentar la vida cotidiana de las comunidades andinas. • Ofrece experiencias inmersivas como talleres de tejido, agricultura tradicional y festividades culturales. • Además de servicios para parejas, familias o grupos de turistas para eventos, lo que amplía su mercado objetivo más allá del turismo individual. • Aprovecha el reconocimiento internacional de Cusco como un destino turístico consolidado, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales interesados en la historia y las costumbres de los Andes.
Asociación de Conservación de Aguajales y Renacaes del Alto Mayo (ADECARAM) (Tingana - San Martín)	<ul style="list-style-type: none"> • Esta iniciativa, situada en la región amazónica de San Martín, combina conservación ambiental con TRC, posicionándose como un referente en el ecoturismo. Sus fortalezas incluyen: • Las actividades ofrecidas, como paseos en canoa, caminatas ecológicas y observación de aves destacan el compromiso con la protección de los ecosistemas. • Los servicios son administrados directamente por los miembros de ADECARAM, promoviendo la participación de la comunidad y generando beneficios económicos locales. • La ubicación en un área rica en flora y fauna convierte a Tingana en un destino atractivo para turistas especializados, como observadores de aves y entusiastas del turismo de naturaleza.
Asociación de Turismo Ecológico Saludable Nuina Kama Jisti de Yamino (Ucayali)	<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad Yamino, en la región amazónica de Ucayali, se ha destacado por ofrecer una experiencia que integra ecoturismo y turismo de aventura. Sus características principales son: • La asociación gestiona senderos ecológicos y bungalows, ofreciendo a los turistas una experiencia inmersiva y confortable en la selva amazónica. • Similar a otras iniciativas exitosas, la comunidad local es la principal gestora de los servicios turísticos, garantizando un enfoque inclusivo y sostenible. • Senderos que exploran la biodiversidad amazónica, ideales para visitantes interesados en actividades como caminatas interpretativas y exploración de fauna.

2.2.3 Competidores principales

El TRC se ha consolidado en el Perú como una alternativa estratégica dentro del sector turístico, impulsado por el interés en experiencias auténticas que integran la cultura local, tradiciones ancestrales y la naturaleza. En este contexto, compete con proyectos de TRC

en regiones como Cusco y Arequipa, que cuentan con productos turísticos maduros, infraestructura desarrollada y fuerte promoción internacional, así como con iniciativas amazónicas, como Madre de Dios, que combinan turismo de naturaleza con inmersión cultural. Los operadores turísticos, que diseñan y comercializan paquetes personalizados con transporte, alojamiento y actividades, compiten por ofrecer experiencias únicas. El turismo tradicional (urbano y de playa) y el turismo de aventura, que atraen al mismo segmento de turistas nacionales e internacionales, representan una competencia indirecta.

De otro lado, las agencias de viajes, como intermediarias, ofrecen paquetes integrales y asesoría especializada, influyendo en la decisión de los turistas. Los establecimientos hoteleros fortalecen su oferta con servicios complementarios y alianzas estratégicas, mientras que las empresas de transporte y aerolíneas facilitan el acceso a los destinos y contribuyen a su promoción. Por último, las comunidades locales y guías turísticos ofrecen experiencias personalizadas y conocimiento del entorno, promoviendo sus tradiciones y cultura para atraer visitantes. Las Agencias de Viaje Online (OTA), como Booking.com, Expedia, Airbnb, Despegar, Trivago y Kayak, permiten comparar y reservar servicios, utilizando algoritmos que personalizan recomendaciones según preferencias y búsquedas previas, mejorando la experiencia de planificación de viajes.

2.3 Resumen del capítulo

En este capítulo se analiza el turismo en el Perú, destacando su crecimiento hasta 2019, su contracción por la pandemia y recuperación parcial en 2024. San Martín, hogar del PNCAZ, muestra potencial para el TRC, con una permanencia promedio de los turistas de 4.53 días en 2020. De otro lado, el marco normativo, liderado por MINCETUR y MINAM, promueve la sostenibilidad. El análisis FODA y de las Cinco Fuerzas de Porter identifica fortalezas (biodiversidad, modelo participativo), oportunidades (demanda de ecoturismo), debilidades (infraestructura limitada) y amenazas (inseguridad). Blue Amazon se posiciona

como un modelo innovador y escalable, enfrentando barreras de entrada altas, competencia intermedia y un creciente poder de negociación de turistas y proveedores.



Capítulo III. Investigación del Usuario

El capítulo 3 tiene como objetivo analizar detalladamente los perfiles de usuarios potenciales y socios locales del proyecto Blue Amazon, identificando sus necesidades, expectativas y motivaciones para optimizar la oferta y demanda de la experiencia turística. Se examinan características clave, como la ubicación geográfica, ocupación laboral, situación financiera y composición familiar de los socios locales y usuarios. Herramientas como el Mapa de Experiencia del Usuario y el Lienzo del Meta Usuario facilitan la comprensión de sus comportamientos y expectativas, permitiendo diseñar una oferta turística efectiva que fomente el TRC en la zona de amortiguamiento del PNCAZ.

3.1 Perfil del usuario o cliente

En el ámbito del turismo, el desarrollo sostenible suele referirse al turismo que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones anfitrionas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro. Ante el aumento de la actividad turística, los gestores deben actuar con rapidez y decisión para proteger la diversidad biológica de la zona (Larson et al., 2012). Perú tiene un potencial significativo para el desarrollo de destinos turísticos sostenibles, ya que cuenta con una diversidad de contextos geográficos y una variedad de climas (Riojas et al., 2022). Esta investigación se aborda desde una perspectiva técnico-profesional que analiza el potencial turístico sostenible en el Perú. Para definir el perfil del usuario o cliente, se realizó un análisis basado en una encuesta aplicada a potenciales visitantes interesados en el TRC en el entorno del PNCAZ. Este estudio permitió segmentar a los usuarios, según su edad (+18) y sexo, para poder identificar los perfiles predominantes, analizar sus diferencias en intereses y comportamientos, y evaluar la viabilidad de la propuesta turística desde una perspectiva de sostenibilidad.

3.1.1 Metodología para el Desarrollo de Encuesta

Se adoptó un enfoque cuantitativo para obtener información precisa y representativa sobre los potenciales usuarios del TRC en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, proyectado al año 2025. La población objetivo incluyó turistas interesados en experiencias sostenibles y vinculadas a comunidades rurales. La segmentación se basó en variables demográficas, motivaciones de viaje y hábitos de consumo. La encuesta, distribuida de manera presencial y virtual, incluyó preguntas cerradas y abiertas sobre aspectos personales (edad, género, nivel educativo, ingresos), motivaciones, preferencias turísticas y expectativas respecto al TRC. Las respuestas cerradas se categorizaron para análisis estadístico, y las abiertas se codificaron para identificar temas recurrentes. Los datos se procesaron con herramientas como Excel y Python, permitiendo un análisis descriptivo que identificó tendencias y comportamientos comunes. Esto facilitó la construcción de perfiles representativos de turistas, considerando sus intereses, actitudes hacia la sostenibilidad y disposición a pagar por experiencias responsables, esenciales para alinear la oferta turística con los principios de Blue Amazon.

3.1.2 Análisis Demográfico

El análisis de variables demográficas permite segmentar a los turistas según sus características fundamentales, facilitando el diseño de una oferta turística adaptada a sus intereses específicos en actividades, niveles de confort, precios y expectativas generales. La mayoría de los encuestados (66 %) pertenece al grupo etario de 30 a 45 años, seguido por aquellos entre 46 y 65 años (29 %), ambos con afinidad por el ecoturismo y la cultura local, aunque con una demanda moderada de confort y accesibilidad. Los turistas menores de 30 años (4 %) y mayores de 65 años (1 %) son menos representativos, pero relevantes por sus preferencias diferenciadas: los jóvenes optan por actividades de aventura como caminatas exigentes o deportes al aire libre, mientras que los adultos mayores prefieren opciones de bajo esfuerzo físico, como visitas guiadas, talleres de cocina o demostraciones culturales. Por

ello, actividades como senderismo moderado, observación de fauna y circuitos culturales son ideales para los grupos intermedios, mientras que el rafting o trekking atraen a los más jóvenes, y caminatas suaves o clases culturales resultan adecuadas para los mayores.

En cuanto al género, las mujeres muestran mayor interés por actividades culturales y artesanales, como gastronomía tradicional y elaboración de productos locales, mientras que los hombres tienden a preferir experiencias de naturaleza activa, como caminatas en la selva o rutas de trekking. Esta distinción sugiere la necesidad de diversificar la oferta para satisfacer ambos patrones de preferencia. Respecto al lugar de origen, el 34 % de los encuestados proviene de Norteamérica, el 29 % de Perú y el 20 % de otros países de América del Sur, con el resto de Europa y Oceanía. Los visitantes internacionales, especialmente de Norteamérica y Europa, valoran experiencias culturales auténticas y sostenibles, mientras que los turistas nacionales muestran mayor interés en actividades ecológicas, educativas o de voluntariado ambiental. Por tanto, las estrategias de promoción deben adaptarse a cada segmento, utilizando canales digitales y contenidos específicos que respondan a sus motivaciones y expectativas culturales.

3.1.3 Motivaciones y Expectativas

El turismo sostenible protege los valores culturales y naturales y basa sus principios en los intereses y motivaciones turísticas vinculadas a la conservación de las áreas naturales. Además de abordar criterios de sostenibilidad, también se refleja en un ciclo de retroalimentación proactiva que beneficia a la biodiversidad y la vida silvestre. La identificación de las partes interesadas implica estudiar los roles y expectativas del sector de turismo sostenible; comprender sus intereses, características y roles; y mejorar la gestión de las partes interesadas para facilitar la colaboración entre ellas y desarrollar estrategias en cada segmento (Calderón et al., 2021).

La motivación turística refleja las necesidades internas de los turistas, también conocidas como factores de atracción y expulsión. Son un constructo multifacético que se origina en las razones intrínsecas del viaje y las fuerzas que impulsan al turista a elegir un destino en particular; son también los deseos específicos de los turistas los que los llevan a viajar (Carvache et al., 2024). Las motivaciones son un factor clave en la toma de decisiones dado que racionaliza el comportamiento turístico (Carvache et al., 2021).

El análisis de las motivaciones y expectativas revela las razones principales por las que los turistas eligen la zona de amortiguamiento del PNCAZ para experiencias de TRC. Comprender estos factores es crucial para diseñar una oferta turística atractiva y alineada con sus intereses. De la encuesta realizada se destacó la importancia para los turistas del ecoturismo, la conexión con la naturaleza y la cultura local, la búsqueda de aventura y la desconexión de la rutina como motivaciones principales. Las actividades más valoradas incluyen senderismo, observación de aves, talleres culturales (como gastronomía y tejido) y visitas guiadas a proyectos de conservación ambiental. La sostenibilidad es una prioridad para muchos turistas, quienes priorizan experiencias que respetan el medio ambiente y las comunidades locales.

3.1.4 Comportamiento de Consumo

El consumo socialmente responsable se define como la decisión consciente y deliberada de tomar ciertas decisiones de consumo basadas en creencias personales y morales; asimismo, se explica como la manera en la que un individuo basa su adquisición, uso y disposición de productos en el deseo de minimizar o eliminar cualquier efecto perjudicial y maximizar el impacto beneficioso a largo plazo en la sociedad (Marquina et al., 2012). El comportamiento del consumidor tiene como antecedentes la creación y gestión de experiencias de cliente y es una de las áreas más investigadas en el ámbito del turismo (Cristóbal et al., 2023). El comportamiento del consumidor implica ciertas decisiones,

actividades, ideas o experiencias que satisfacen las necesidades y deseos del consumidor. Se refiere a todas las actividades directamente involucradas en la obtención, el consumo y la disposición de productos y servicios, incluyendo los procesos de decisión que preceden y siguen a estas acciones (Cohen et al., 2014).

El estudio de los patrones de consumo de los potenciales visitantes es fundamental para definir la naturaleza y el nivel de los servicios turísticos, incluyendo alojamiento, actividades recreativas y servicios complementarios. Una proporción significativa de los encuestados indicó contar con un presupuesto de viaje superior a \$5,000, lo que refleja una disposición a invertir en experiencias diferenciadas y de alto valor. La preferencia por hospedarse en comunidades anfitrionas destaca el interés por propuestas que ofrezcan autenticidad y cercanía cultural, elementos esenciales en la oferta del TRC.

3.1.5 Segmentación Psicográfica

La segmentación de mercado se ha utilizado para identificar nichos de mercado para productos y servicios; ayuda a los gestores a identificar elementos críticos para los visitantes y canales de información que pueden utilizarse para dirigirse a los grupos de clientes deseados (Carvache et al., 2023). En la segmentación turística destacan las siguientes perspectivas: la segmentación por motivación, la segmentación por beneficios, la segmentación basada en los patrones de movimiento de los visitantes dentro de las ciudades, y segmentación geográfica, según las regiones visitadas en el destino. Otros criterios utilizados para segmentar el mercado turístico son el lugar de residencia y el tipo de alojamiento (Carvache et al., 2023). La segmentación turística responde a las diferentes demandas turísticas. Por lo tanto, es necesario identificar los tipos de turistas, sus motivaciones, su comportamiento y sus percepciones. Según el interés del viajero: turistas culturales, turistas patrimoniales, turistas pragmáticos, turistas contemplativos, turistas ocasionales, turistas incidentales y turistas fortuitos, entre otros (López et al., 2019).

De otro lado, se explica como psicografía al uso de factores psicológicos, sociológicos y antropológicos como beneficios deseados del comportamiento, el autoconcepto y el estilo de vida deseados; se desarrolla a través del descubrimiento de diversas tipologías de consumidores, convirtiéndose en el factor más relevante debido a su diversidad psicológica. A través de él se pueden analizar diversos aspectos de los consumidores, como pensamientos, reflexiones, estilos de vida, rasgos de personalidad, demografía, nivel socioeconómico y nivel de gasto (Rojas et al., 2022). El análisis psicográfico profundiza en los valores, intereses y estilos de vida de los visitantes, proporcionando una base sólida para adaptar las experiencias turísticas a sus expectativas. Los resultados muestran una fuerte motivación por escapar de la rutina urbana y conectar con entornos naturales y culturas locales auténticas. Este perfil se distingue por una actitud positiva hacia la sostenibilidad, con un compromiso claro hacia la protección ambiental y el respeto por las comunidades anfitrionas. Estos hallazgos confirman que la propuesta de Blue Amazon se alinea efectivamente con un segmento consciente, responsable y comprometido con los principios del turismo sostenible.

3.1.6 Desarrollo de Perfiles

El perfil turístico se fundamenta en parámetros demográficos, actividades, clase social, estilo de vida, experiencias similares y entrevistas. Los perfiles se deben establecer respecto a los clientes potenciales, las agencias de viajes y las empresas que organizan viajes para sus empleados, así como a los actores locales (Maquera et al., 2022). En esta oportunidad, el desarrollo de perfiles consiste en crear representaciones detalladas de los grupos de turistas potenciales para el PNCAZ, basadas en sus características demográficas, intereses, motivaciones, comportamientos y expectativas. Este proceso identifica los segmentos más propensos a sentirse atraídos por la oferta turística de la zona de amortiguamiento del PNCAZ y permite diseñar experiencias personalizadas que respondan a sus necesidades específicas.

3.1.7 Evaluación de los Perfiles

Tras analizar los perfiles, se evaluó cuál es el más adecuado para el desarrollo del TRC en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, considerando tanto las necesidades de los turistas como los objetivos de sostenibilidad y el impacto económico. La evaluación de los perfiles es la siguiente:

3.1.7.1 Turista Ecológico Consciente: Este perfil lo conforman personas de alto nivel educativo y cultural, con una fuerte orientación hacia la conservación del medio ambiente, la biodiversidad y las culturas locales. Por lo general son profesionales, investigadores o viajeros con experiencia. Se caracteriza por observar y apreciar la flora y fauna, por utilizar hospedajes ecoamigables, por tener un alto poder adquisitivo y viajar de forma esporádica, pero bien planificada. Su volumen no es elevado, lo que representa una gran oportunidad para posicionar al PNCAZ como un destino de conservación exclusivo.

3.1.7.2 Turista Aventurero: Representa un mercado más amplio debido a su rango etario y presupuesto accesible. Se trata de personas jóvenes, de entre 20 y 40 años, nacionales o extranjeros, que buscan vivir experiencias intensas en entornos naturales. Se caracterizan por buscar actividades como Hiking, rafting, canopy, camping, exploraciones dentro de la selva; es decir, actividades dinámicas y retadoras. Asimismo, son personas con un poder adquisitivo medio, por lo que se requieren de servicios accesibles y escalables. No obstante, su preferencia por actividades de aventura extrema puede generar impactos ambientales, lo que requiere una gestión cuidadosa para garantizar un ecoturismo responsable.

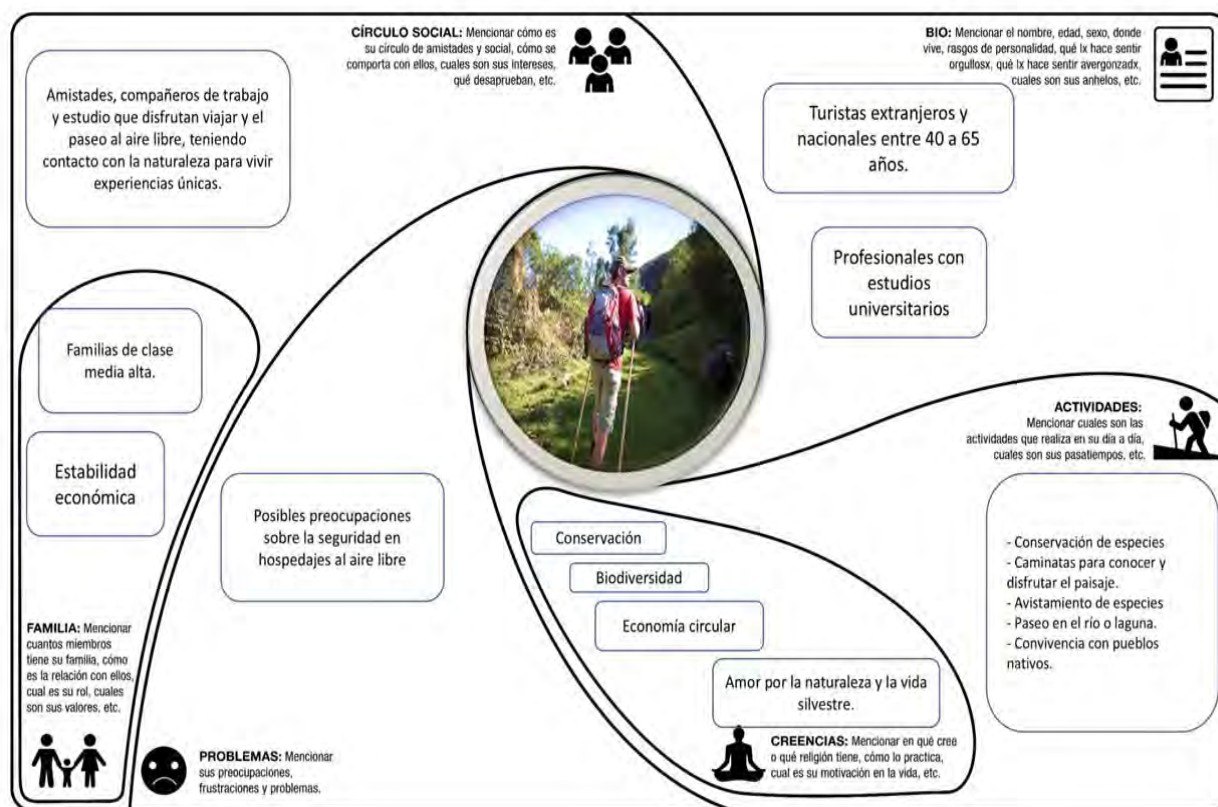
3.1.7.3 Turista Familiar: Este perfil combina un equilibrio óptimo entre potencial de ingresos y sostenibilidad. Los turistas familiares buscan actividades seguras y respetuosas con el medio ambiente, priorizando comodidad y autenticidad.

Con una demanda constante, este segmento es ideal para el desarrollo sostenible a largo plazo del PNCAZ, ya que tiende a ser leal y está dispuesto a invertir en experiencias significativas.

Este perfil incluye principalmente visitantes de 46 a 65 años con ingresos superiores a \$3,000, lo que les permite optar por servicios de calidad media-alta que contribuyen a la viabilidad económica del parque; se caracteriza por preferir la seguridad, la comodidad e interacciones sin riesgos; viajan regularmente, especialmente durante las vacaciones escolares o feriados largos.

Este grupo, con un alto nivel educativo (generalmente estudios universitarios o de posgrado), muestra interés en aprender sobre biodiversidad, costumbres locales y preservación ambiental. Valoran experiencias moderadas en entornos naturales y culturales, como actividades guiadas y talleres culturales, y están dispuestos a gastar en alojamiento cómodo y servicios auténticos, fortaleciendo el impacto del TRC (ver Figura N° 2).

Figura 2.
Matriz de Meta Usuario



El segmento de Turistas Familiares prioriza la comodidad, la seguridad y el contacto directo con la naturaleza, elementos clave para diseñar experiencias turísticas en el PNCAZ. Este perfil busca propuestas de ecoturismo accesibles que permitan disfrutar del entorno natural y la cultura local sin riesgos ni actividades de alta intensidad. Por ello, se considera el segmento más adecuado para impulsar el TRC en la zona. Alineado con los objetivos de conservación ecológica y educación cultural del PNCAZ, este grupo, con mayor capacidad adquisitiva y estabilidad económica, contribuye significativamente a la sostenibilidad financiera del turismo. Su participación genera beneficios económicos directos para las comunidades locales, mejorando su calidad de vida y fortaleciendo la relación entre turismo, conservación y desarrollo social. La Tabla 5 presenta el arquetipo de usuario “Samantha, la exploradora consciente”, quien refleja un profundo respeto por la naturaleza y las culturas, además de una curiosidad insaciable.

Tabla 5

Matriz Comparativa Competidores

Categoría	Detalles
Nombre	Samantha
Edad	52 años
Nacionalidad	Extranjera
Profesión	Bióloga con estudios de postgrado
Personalidad	Reflexiva, comprometida con el ambiente, curiosa
Estilo de vida	Viajera frecuente, busca experiencias auténticas en la naturaleza
Cree en	La conservación de especies, la economía circular, el respeto por la biodiversidad, el amor por la vida silvestre
Familia y entorno	Vive en familia de clase media alta, mantiene lazos estables con pareja e hijos, valora la convivencia con pueblos nativos como experiencia educativa
Círculo social	Amigos y colegas que disfrutan de la naturaleza, interacción basada en intereses comunes como caminatas, viajes ecológicos y talleres sostenibles
Motivaciones y preocupaciones	Desea vivir experiencias únicas en contacto con la naturaleza, le preocupa la seguridad en los hospedajes al aire libre, busca servicios éticos, cómodos y bien informados
Actividades favoritas	Caminatas interpretativas, observación de aves y especies nativas, paseos en ríos y lagunas, participación en proyectos de conservación y cultura viva

3.2 Mapa de Experiencia del usuario

El mapa de experiencia de usuario es una herramienta útil para la descripción de emociones. Investiga la evolución de la satisfacción durante la experiencia a través de las sensaciones subjetivas de los usuarios para comprender sus necesidades. Las emociones del usuario se visualizan como curvas para identificar los puntos críticos de diseño (Huo et al.,

2023). Los escenarios de interacción del usuario con el producto cambian continuamente a lo largo del tiempo, y durante este proceso dinámico, también cambian sus necesidades (Wang et al., 2021). Al analizar el impacto de diferentes escenarios y cambios de tiempo en el proceso de interacción sobre la experiencia, se pueden extraer puntos críticos y de oportunidad para mejorar la satisfacción de los usuarios (Wei et al., 2022).

Para optimizar la experiencia del TRC, se propone un servicio seguro que incluya recorridos completos dentro de las comunidades, con la participación de los pobladores en todo el proceso. Se diseñarán circuitos turísticos óptimos para evitar caminatas innecesarias, guiando a los visitantes por los puntos más destacados de la zona de amortiguamiento del PNCAZ y enriqueciendo su experiencia. A continuación, se detallan los aspectos positivos y negativos identificados en el perfil de los usuarios.

3.2.1 Momentos Positivos

La zona de amortiguamiento del PNCAZ ofrece una experiencia única de TRC, combinando paisajes de gran belleza y participación en actividades auténticas que conectan a los turistas con la identidad cultural de las comunidades locales. Esta interacción fortalece las economías comunitarias y fomenta el desarrollo sostenible. Además, la biodiversidad excepcional del PNCAZ permite una conexión significativa con la naturaleza a través de caminatas ecológicas, observación de aves y fotografía en ubicaciones únicas. El intercambio cultural es altamente valorado, ya que los visitantes establecen vínculos directos con las comunidades, participando en talleres de tradiciones, prácticas cotidianas y gastronomía local, lo que genera beneficios culturales, económicos y sociales para las poblaciones anfitrionas.

3.2.2 Momentos Negativos

Un desafío significativo es la escasa disponibilidad de información detallada sobre los atractivos turísticos de las comunidades del valle de Aspuzana y la zona de amortiguamiento

del PNCAZ, lo que dificulta la planificación de visitas. Asimismo, la falta de infraestructura turística adecuada, que garantice seguridad y condiciones óptimas, afecta negativamente la calidad de la experiencia y la percepción de valor del destino. Finalmente, la ausencia de un plan de seguridad integral para mitigar riesgos y responder a emergencias genera preocupación entre los turistas, limitando la confianza en el destino.

Figura 3.
Mapa de experiencia del usuario

STORYBOARD



PENSAMIENTOS

2

	Ahora me toca planificar mi viaje.	Estoy buscando vivir al experiencias al aire libre en el Perú que presente riqueza natural y cultural. Qué difícil es encontrarlo.	Acabo de encontrar una buena opción, para mis deseadas vacaciones en Perú.	Me arriesgaré y reservaré, a pesar que la empresa brinda poca información y no tiene referencias de otros viajeros.	Me preocupa la seguridad ya que es una zona alejada y donde pasaremos la noche.	Siento decepción de Perú, a pesar de la hermosa rica flora y fauna, y de la convivencia con la comunidad, le falta más organización a la empresa.
--	------------------------------------	--	--	---	---	---

EMOCIONES



3.3 Identificación de la Necesidad

El perfil detallado del cliente, junto con sus experiencias de viaje, revela seis necesidades principales en el contexto del turismo. La primera es la flexibilidad para adaptar el itinerario, permitiendo a los turistas ajustar sus planes ante cambios inesperados o nuevos intereses durante el viaje. La segunda es el acceso a información confiable y personalizada, ya que los usuarios valoran fuentes fiables y recomendaciones basadas en experiencias previas para tomar decisiones alineadas con sus expectativas. La tercera es la posibilidad de realizar reservas anticipadas para garantizar el acceso a atracciones populares, lo que brinda seguridad y facilita la planificación.

La cuarta necesidad es un hospedaje seguro, limpio y funcional, con énfasis en baños privados en óptimas condiciones. La quinta es la participación en actividades que combinen aventura, aprendizaje cultural y conexión con comunidades locales, ofreciendo experiencias que trasciendan el entretenimiento y fomenten la interacción humana. La sexta es el compromiso con prácticas éticas y sostenibles que eviten la explotación del medio ambiente y los animales, reflejando los valores de viajeros conscientes. Estas necesidades, resumidas en la Tabla 6 mediante una matriz de priorización, permiten jerarquizar los requerimientos de los turistas interesados en los servicios de Blue Amazon, optimizando recursos y fortaleciendo la propuesta de valor

Tabla 6

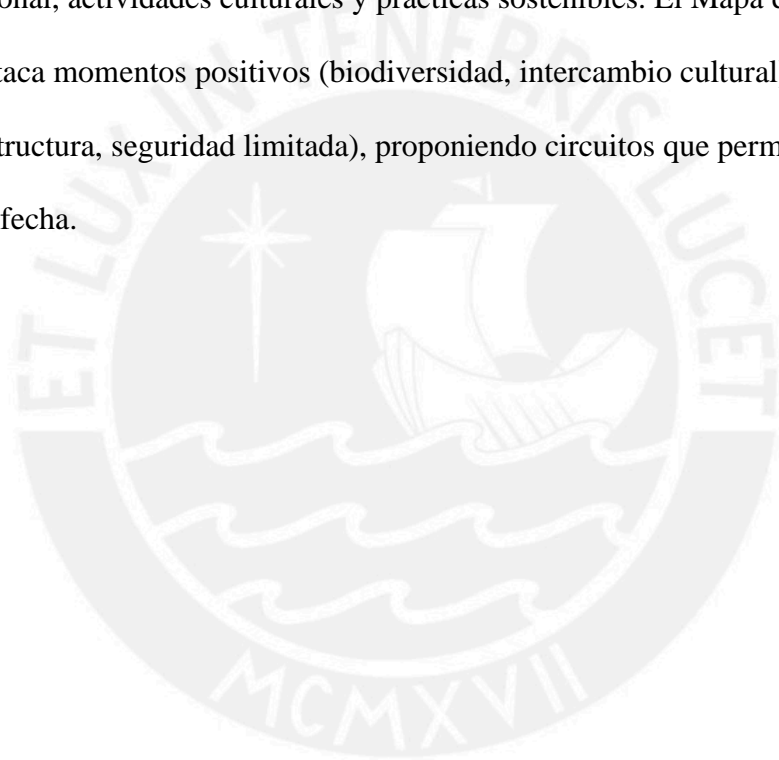
Matriz de priorización de necesidades

Necesidad	Urgencia	Impacto	Viabilidad	Total	Prioridad
Alojamiento seguro	5	5	4	14	Alta
Acceso a la información clara y oportuna	5	4	4	13	Alta
Flexibilidad en el itinerario	4	4	4	12	Alta
Destinos éticos y sostenibles	4	5	2	11	Media
Actividades de aventura	3	4	3	10	Media
Reservas anticipadas y garantizada	3	3	4	10	Media

Las comunidades que habitan en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, en coordinación con la ONG CIMA, han llevado a cabo diversos esfuerzos para aprovechar el potencial turístico del área como una vía para el desarrollo local y la conservación. Sin embargo, no han logrado consolidar una oferta turística efectiva, dejando una demanda insatisfecha. La propuesta de Blue Amazon surge como una alternativa innovadora y viable para cerrar esta brecha, integrando a las comunidades locales en la población económicamente activa (PEA) mientras se garantiza la sostenibilidad de las áreas naturales, alineándose con los objetivos de desarrollo económico y conservación ambiental.

3.4 Resumen de capítulo

Este capítulo analiza los perfiles de usuarios potenciales y socios locales de Blue Amazon mediante encuestas, las que permitieron identificar necesidades, motivaciones y expectativas para diseñar una oferta turística sostenible. Los turistas, principalmente de 30 a 65 años (95%), valoran el ecoturismo, la cultura local, la autenticidad y la sostenibilidad, con preferencias por actividades como senderismo, talleres culturales y observación de fauna. Se identificaron necesidades como flexibilidad, información confiable, reservas anticipadas, hospedaje funcional, actividades culturales y prácticas sostenibles. El Mapa de Experiencia del Usuario destaca momentos positivos (biodiversidad, intercambio cultural) y negativos (falta de infraestructura, seguridad limitada), proponiendo circuitos que permitan satisfacer la demanda insatisfecha.



Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio

Este capítulo detalla el desarrollo de una propuesta turística orientada a resolver una problemática social identificada, describiendo la metodología empleada, las etapas de elaboración y validación, y los aprendizajes derivados de la creación y ajuste de prototipos. El proceso se basó en metodologías centradas en el usuario, como Design Thinking, complementadas con herramientas estratégicas como la Matriz 6x6, que permitieron comprender profundamente las necesidades del público objetivo y facilitar iteraciones para mejorar el servicio.

4.1. Concepción del Producto o Servicio

La Matriz 6x6 aportó dinamismo y flexibilidad al diseño, permitiendo identificar, categorizar y priorizar las problemáticas más relevantes de las comunidades rurales en la zona de amortiguamiento del PNCAZ. El proceso comenzó con entrevistas a socios estratégicos (Apéndice A) para definir objetivos específicos basados en las necesidades expresadas por las comunidades involucradas en actividades turísticas. A partir de estas necesidades, se formularon preguntas generativas que guiaron el desarrollo de soluciones viables y novedosas. Posteriormente, se realizaron entrevistas a turistas (Apéndice B), cuyas respuestas dieron origen a una Propuesta de Valor presentada a personas con el perfil de interés. Una encuesta de validación de deseabilidad (Apéndice C) confirmó que la propuesta satisface las expectativas de los visitantes y fortalece las capacidades locales, posicionando a las comunidades como agentes activos del TRC sostenible. La Tabla N.º 7 detalla seis necesidades clave: flexibilidad en los itinerarios, interacción cultural con la población local, conexión auténtica con la naturaleza, impacto positivo y sostenible, pertenencia a una comunidad virtual sobre fauna y flora, y acceso a recomendaciones de otros viajeros. Estas necesidades fundamentan un producto turístico dirigido a viajeros que valoran experiencias éticas y sostenibles en áreas protegidas como el PNCAZ.

Tabla 7
Lienzo 6x6

Objetivo			Necesidades		
¿Cuál es el problema relevante que queremos solucionar?			¿Cuáles son las necesidades específicas del usuario?		
<p>Resolver la carencia de un modelo de turismo rural comunitario sostenible que facilite a los turistas una conexión auténtica con la naturaleza y las comunidades locales, al mismo tiempo que promueve la conservación ambiental y el desarrollo económico de las comunidades rurales colindantes a un área natural.</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conexión auténtica con la naturaleza. - Necesidad de participar en actividades que combinen aventura con aprendizaje cultural y contacto con comunidades locales. - Necesidad de adaptabilidad y flexibilidad en los viajes. - Necesidad de impacto positivo y sostenibilidad en el medio ambiente. - Necesidad de pertenecer a una comunidad virtual que permita interactuar sobre fauna y flora. - Necesidad de acceso a recomendaciones de otros viajeros. 		
Preguntas generadoras					
A partir de la necesidad plantear 6 preguntas generadoras			¿Cómo podríamos?		
¿Qué sistema permite a los viajeros solicitar sus viajes de forma fácil y rápida, ajustándose a sus preferencias sin perder la calidad de la experiencia?	¿Qué actividades facilitan una interacción genuina y enriquecedora entre los viajeros y las comunidades locales, promoviendo el intercambio cultural y el respeto mutuo?	¿Qué experiencias permiten a los viajeros conectarse profundamente con el entorno natural, y promover una inmersión total y respetuosa con el ecosistema?	¿Qué iniciativas permiten asegurar que las actividades turísticas sean sostenibles y generen un impacto positivo en la conservación de los recursos naturales?	¿Una plataforma virtual permitirá a los viajeros compartir sus conocimientos y experiencias sobre la fauna y flora del área natural, y fomentar la educación ambiental y la interacción social?	¿Se puede desarrollar una comunidad en línea donde los viajeros puedan compartir recomendaciones, basadas en sus experiencias previas, para que los turistas tomen decisiones más informadas?
Crear una aplicación móvil que permita personalizar itinerarios en tiempo real, con opciones de actividades flexibles según disponibilidad.	Desarrollar experiencias donde los turistas se integren activamente en las prácticas diarias de la comunidad.	Desarrollar caminatas lideradas por guías locales que enseñen sobre la flora, fauna y los ecosistemas del área natural.	Fomentar el TRC, donde las tarifas de las actividades turísticas se destinen parcialmente a proyectos de conservación y restauración del parque.	Desarrollar una aplicación que permita a los usuarios registrar y compartir sus observaciones sobre fauna y flora, con fotos y descripciones detalladas.	Desarrollar una web que permita a los turistas compartir itinerarios recomendados, consejos prácticos y fotos de sus experiencias, con valoraciones.
Ofrecer paquetes turísticos modulares que permitan ajustar la duración de las actividades o sustituirlas por otras sin perder la esencia del viaje.	Programas de inmersión con familias locales para una experiencia auténtica.	Ofrecer actividades de camping y observación nocturna para que los turistas experimenten la naturaleza de manera directa.	Implementar un sistema de turismo responsable que enseñe y promueva prácticas de bajo impacto ambiental, como el uso de materiales reciclables y la reducción de residuos.	Crear un foro en línea donde los viajeros puedan compartir sus descubrimientos y consejos sobre las especies locales, con la supervisión de expertos.	Ofrecer un sistema de recomendaciones personalizadas, donde los viajeros puedan encontrar actividades y lugares basados en sus intereses y las experiencias de otros turistas.
Desarrollar un sistema de reservas con cancelaciones fáciles o reprogramaciones, adaptado a los cambios de última hora en los itinerarios de los turistas.	Colaboraciones con guías locales que ofrezcan tours en profundidad.	Crear experiencias mindfulness en la naturaleza, guiadas por expertos en bienestar y ecología.	Ofrecer programas educativos sobre la importancia de la biodiversidad, permitiendo a los turistas participar en actividades de monitoreo y conservación.	Establecer una red social que conecte a viajeros, guías locales y biólogos para facilitar el intercambio de conocimientos y experiencias sobre el ecosistema.	Establecer un espacio de preguntas y respuestas en línea donde los viajeros puedan consultar dudas y recibir consejos directamente de otros visitantes o guías locales.
Establecer un equipo de apoyo local disponible 24/7 para ayudar a los viajeros a modificar sus itinerarios durante su estancia.	Desarrollo de eventos y festivales que fomenten la interacción cultural.	Implementar recorridos de turismo de naturaleza que incluyan prácticas de conservación y educación ambiental, permitiendo la participación de los turistas.	Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la flora y fauna local, y cómo las actividades turísticas pueden contribuir a su preservación.	Organizar seminarios virtuales con científicos y naturalistas locales para educar sobre la biodiversidad y la conservación del parque.	Implementar una red de viajeros frecuentes que puedan compartir sus itinerarios detallados y consejos prácticos a través de un perfil verificado.

<p>Crear itinerarios a medida, que se ajusten a las necesidades personales de cada viajero, desde el momento de la reserva hasta la llegada al destino.</p>	<p>Organización de retiros que combinan deporte, cultura y meditación.</p>	<p>Ofrecer talleres de identificación de animales y plantas donde los viajeros puedan capturar y aprender sobre la flora y fauna del parque.</p>	<p>Organizar actividades de reforestación con la participación de los turistas, reforzando su papel en la conservación del medio ambiente.</p>	<p>Implementar un sistema de gamificación en la plataforma, donde los usuarios puedan ganar recompensas por identificar y reportar especies raras o en peligro.</p>	<p>Crear una plataforma de reseñas donde los viajeros puedan calificar y comentar sobre actividades, guías, alojamientos y restaurantes en el parque</p>
<p>Crear una aplicación móvil que permita personalizar itinerarios en tiempo real, con opciones de actividades flexibles según disponibilidad.</p>	<p>Desarrollar experiencias donde los turistas se integren activamente en las prácticas diarias de la comunidad.</p>	<p>Desarrollar caminatas lideradas por guías locales que enseñen sobre la flora, fauna y los ecosistemas del área natural.</p>	<p>Establecer un sistema de compensación de huella de carbono, permitiendo que los turistas contribuyan con un pequeño porcentaje de su viaje a proyectos ambientales locales.</p>	<p>Implementar un sistema de gamificación en la plataforma, donde los usuarios puedan ganar recompensas por identificar y reportar especies raras o en peligro.</p>	<p>Desarrollar una web que permita a los turistas compartir itinerarios recomendados, consejos prácticos y fotos de sus experiencias, con valoraciones.</p>



La Matriz de Costo-Impacto (figura 4) organiza las acciones estratégicas para impulsar el TRC según su costo e impacto, representando cada acción como un círculo etiquetado para facilitar su visualización. Esta herramienta destaca las intervenciones con bajo costo y alto impacto frente a aquellas más costosas con menor retorno.

Figura 4.

Matriz Costo Impacto



La Matriz Quick Wins (Tabla 8) identifica acciones prioritarias: i) V01 (aplicación móvil), de costo medio y alto impacto, personaliza la experiencia del turista y fomenta la participación; ii) V02 (visitas a comunidades locales), de bajo costo y alto impacto, ofrece autenticidad y sostenibilidad; iii) V03 (caminatas guiadas por locales sobre flora, fauna y ecosistemas), de bajo costo y bajo impacto; iv) V04 (compensación de huella de carbono), de alto impacto en sostenibilidad e imagen del parque; v) V05 (sistema de gamificación en la plataforma), de costo e impacto medio, complementario a otras herramientas; vi) V06 (desarrollo de una web), de alto costo pero alto impacto, permite reservas, información sobre el PNCAZ e interacción entre turistas. Estas acciones optimizan la experiencia del visitante, promueven el turismo responsable y aseguran la sostenibilidad a largo plazo en la zona de amortiguamiento del PNCAZ.

Tabla 8
Matriz Quick Wins

	Acción/Variable	Bajo Costo	Medio Costo	Alto Costo	Bajo Impacto	Medio Impacto	Alto Impacto
V01	Crear una aplicación móvil que permita personalizar itinerarios en tiempo real, con opciones de actividades flexibles según disponibilidad.			X			X
V02	Organizar visitas a las comunidades, donde los turistas puedan aprender sobre las tradiciones, la gastronomía y las artesanías.		X				X
V03	Desarrollar caminatas lideradas por guías locales que enseñen sobre la flora, fauna y los ecosistemas del área natural.	X			X		
V04	Establecer un sistema de compensación de huella de carbono, permitiendo que los turistas contribuyan con un pequeño porcentaje de su viaje a proyectos ambientales locales.			X			X
V05	Incorporar un sistema de gamificación en la plataforma digital, que incentive a los usuarios a participar activamente mediante la obtención de recompensas por registrar y reportar avistamientos de especies raras o en estado de vulnerabilidad.		X			X	
V06	Desarrollar una web que permita a los turistas compartir itinerarios recomendados, consejos prácticos y fotos de sus experiencias, con valoraciones.			X			X

El modelo propuesto integra estrategias innovadoras, como la capacitación de operadores turísticos locales, la implementación de infraestructura sostenible (casetas, mesas, sillas, señalización) y el fortalecimiento de alianzas entre comunidades, entidades gubernamentales y empresas privadas. Este enfoque garantiza la escalabilidad y replicabilidad del proyecto en otras áreas protegidas similares. El modelo genera impacto social al mejorar el bienestar de las comunidades mediante ingresos sostenibles y empleos dignos, contribuye a la conservación ambiental con prácticas turísticas responsables que protegen la biodiversidad, y fortalece el capital cultural al preservar y valorar las tradiciones y conocimientos ancestrales.

El proyecto Blue Amazon propone una solución integral y sostenible que responde a las tendencias del turismo moderno, generando beneficios tangibles para las comunidades anfitrionas y el entorno natural del PNCAZ. Su carácter escalable y replicable, alineado con el enfoque ProLAB y los ODS, lo posiciona como una iniciativa innovadora y competitiva

dentro del TRC. La diferenciación de Blue Amazon radica en su enfoque holístico, que combina experiencias auténticas, sostenibilidad ambiental y desarrollo comunitario. Este enfoque integral en sostenibilidad permite integrar objetivos sociales, ambientales y económicos, contribuyendo significativamente a los ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres), al generar valor compartido para comunidades y visitantes, como plantean Porter y Kramer (2011). Además, el TRC actúa como un motor de desarrollo económico al crear empleos dignos en áreas rurales con escasas oportunidades laborales, promoviendo un crecimiento inclusivo y diversificando las fuentes de ingreso de las comunidades, lo que refuerza la resiliencia económica local.

La sostenibilidad ambiental y la conservación son pilares fundamentales, fortalecidos por la colaboración con la ONG CIMA y la gestión responsable de los recursos naturales en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, alineándose con el ODS 15. El desarrollo económico inclusivo se logra mediante la generación de empleos y el fortalecimiento del tejido productivo local, fomentando la equidad y el empoderamiento comunitario, en línea con el ODS 8. La competitividad de Blue Amazon se sustenta en el enfoque ProLAB, que prioriza la escalabilidad, la replicabilidad y la alineación con políticas públicas e iniciativas institucionales impulsadas por MINCETUR y CIMA, permitiendo consolidar su posición en el mercado y replicar el modelo en otras áreas protegidas. Las alianzas estratégicas con MINCETUR, PROMPERÚ y organizaciones locales aseguran acceso a recursos y mayor visibilidad en mercados nacionales e internacionales, fortaleciendo la propuesta de valor y posicionando a Blue Amazon como un referente en turismo sostenible y responsable.

Las comunidades rurales del Valle de Aspuzana, ubicadas en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Cordillera Azul, habitan un entorno de excepcional riqueza ecológica y paisajística. Estas poblaciones, mayoritariamente familias extensas de origen indígena, dependen de actividades tradicionales como la agricultura, la pesca y la caza para su subsistencia, prácticas que no logran mejorar significativamente su calidad de vida.

En este contexto, el TRC surge como una alternativa viable para impulsar el desarrollo económico y la conservación ambiental, promoviendo comunidades sostenibles. El proyecto Blue Amazon posiciona la participación activa de los pobladores locales como un pilar fundamental, fomentando su involucramiento en la toma de decisiones y asegurando una distribución equitativa de los beneficios derivados de las actividades turísticas, culturales y agroproductivas.

Esta participación fortalece el sentido de pertenencia y el compromiso de las comunidades con el desarrollo integral del territorio. Para alcanzar este objetivo, es esencial implementar procesos de formación continua en áreas estratégicas, como gestión de negocios, turismo comunitario, agricultura sostenible y atención al visitante. Estas capacitaciones empoderan a los participantes, elevan la calidad de los servicios turísticos y refuerzan la sostenibilidad del entorno comunitario. La educación técnica se consolida como un componente clave, proporcionando herramientas prácticas que potencian el trabajo local y contribuyen directamente a la preservación de los recursos naturales y culturales de la zona, alineándose con los principios de sostenibilidad del proyecto Blue Amazon.

4.1.1 Ubicación y distribución geográfica

El PNCAZ abarca una extensa área de la región amazónica del Perú, cubriendo territorios en los departamentos de San Martín, Loreto, Ucayali y Huánuco. El proyecto Blue Amazon se centra en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, específicamente en el departamento de Huánuco, dentro de la provincia de Leoncio Prado, distrito de Pucayacu. Este distrito, uno de los diez que integran la provincia, tiene como capital el centro poblado de Pucayacu, situado a 573 metros sobre el nivel del mar y compuesto por 21 centros poblados. Pucayacu se encuentra a 23.9 km de Aucayacu, el distrito más cercano, a 76 km de Tingo María, capital provincial, y a 195 km de Huánuco, capital departamental (Municipalidad Distrital de Pucayacu, 2024). La implementación inicial del proyecto turístico se desarrollará en cuatro centros poblados de la zona de amortiguamiento: Maronilla, Jorge

Basadre, Consuelo y Monte Verde, que representan aproximadamente el 14 % de las comunidades con potencial para actividades turísticas bajo el modelo Blue Amazon, según se detalla en la Tabla N.º 9.

4.1.2 Accesibilidad y conectividad

La carretera principal que conecta el centro poblado Jorge Basadre con Pucayacu, en óptimas condiciones, es la vía de acceso clave desde Tingo María, capital de Leoncio Prado, hacia otras zonas de la provincia. Sin embargo, esta carretera puede verse afectada durante la temporada de lluvias debido a deslizamientos y derrumbes. Las rutas secundarias que enlazan las comunidades rurales del distrito, generalmente senderos de tierra o trochas presentan dificultades de traslado, especialmente en épocas lluviosas. El transporte público en Pucayacu es limitado, con camionetas rurales y mototaxis como los medios más utilizados para movilizarse dentro del distrito y hacia localidades cercanas. Estas condiciones de conectividad, detalladas en la Tabla N.º 9, representan un desafío para el desarrollo turístico, pero también una oportunidad para implementar soluciones sostenibles que mejoren la accesibilidad y fortalezcan la experiencia del visitante en el marco del proyecto.

Tabla 9
Comunidades

Lugar	Detalle	Ubicación
Maronilla	El centro poblado de Maronilla reúne condiciones ideales para el desarrollo del ecoturismo, gracias a sus paisajes naturales, cascadas y miradores que atraen a los visitantes en busca de experiencias auténticas. Con el inicio de las actividades turísticas, se espera que las familias locales obtengan ingresos adicionales que podrían duplicarse en pocos meses. Maronilla posee un considerable potencial para el turismo ecológico gracias a sus cascadas, selvas y espectaculares paisajes naturales. Se calcula que, durante el primer semestre de la puesta en marcha de las actividades turísticas, se podrían obtener ingresos extra de S/ 300.00 a S/ 500.00 mensuales por familia mediante servicios como hospedaje, guiado turístico y comercialización de artesanías.	Ubicada en una zona de difícil acceso, Maronilla depende principalmente de caminos rurales para conectarse con otras localidades. La comunidad tiene acceso limitado a servicios básicos y conectividad digital.
Jorge Basadre	La comunidad de Jorge Basadre presenta una oportunidad significativa para el desarrollo. Se estima que la comunidad de Jorge Basadre podría generar por turismo ingresos adicionales de S/ 400.00 a S/ 600.00 mensuales por familia a través de tours, degustaciones y venta de productos terminados (MINAGRI, 2022).	Esta comunidad está un poco mejor conectada que otras, pero aún enfrenta problemas de accesibilidad durante la temporada de lluvias.
Consuelo	La comunidad de Consuelo posee un gran potencial para el desarrollo del turismo rural, ofreciendo experiencias de vida campesina y degustación de productos locales. Se estima que el turismo podría generar ingresos adicionales de S/ 400.00 a S/ 600.00 mensuales por familia a través de actividades como visitas guiadas y venta de productos agrícolas	Consuelo es una comunidad pequeña y aislada, con acceso limitado a transporte y servicios básicos. Los habitantes dependen de caminos de tierra para movilizarse y carecen de conectividad digital adecuada.

Monte Verde	Monte Verde se perfila como un destino ideal para el ecoturismo y el turismo de naturaleza, gracias a su riqueza en bosques, ríos y cascadas. Estas características ofrecen una oportunidad única para generar ingresos a través de servicios como alojamiento, guías turísticas y venta de artesanías, beneficiando directamente a las familias locales. Esta tiene un gran potencial para el ecoturismo y el turismo de naturaleza, gracias a sus bosques, ríos y cascadas. Se estima que el turismo podría generar ingresos adicionales de S/ 500 a S/ 800 mensuales por familia a través de servicios como alojamiento, guías turísticos y venta de artesanías (Gobierno Regional de Huánuco, 2023).	Monte Verde está ubicada en una zona remota, lo que dificulta su acceso. La comunidad tiene problemas de conectividad y depende de medios de transporte rudimentarios para conectarse con otras localidades.
--------------------	--	--

4.1.3 Población de las zonas de amortiguamiento del PNCAZ

El distrito de Pucayacu, en la provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco, tenía en 2017 una población estimada de 3,724 habitantes, con 46.67 % mujeres (1,738) y 53.33 % hombres (1,986), según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017). Para 2022, se proyectó un crecimiento moderado, alcanzando aproximadamente 3,924 habitantes. La Población Económicamente Activa (PEA) se dedica principalmente a actividades agropecuarias, silvícolas y pesqueras, que ocupan a 1,206 personas, equivalentes al 86 % de la PEA empleada, mientras que el comercio (3.1 %), los servicios de alojamiento y alimentación (2.4 %), la administración pública y la educación (1.4 % cada una) representan proporciones menores, según la Municipalidad Distrital de Pucayacu (2024). En un contexto más amplio, la zona de amortiguamiento del PNCAZ, que abarca unos 23,000 km² y alberga a más de 300,000 habitantes en 443 centros poblados, se caracteriza por su diversidad cultural y su estrecha relación con los ecosistemas circundantes, donde predomina una población joven (55 % menores de 30 años) y familias extensas de 5 a 7 miembros, organizadas en sistemas de cooperación comunitaria.

El acceso a servicios básicos varía, siendo más limitado en comunidades de difícil acceso geográfico, donde la subsistencia depende de la agricultura, la pesca, la recolección de productos forestales y, en menor medida, el turismo comunitario y la artesanía. Según el Centro de Conservación, Investigación y Manejo de Áreas Naturales (CIMA), la zona de amortiguamiento incluye tres tipos de poblaciones: locales (mestizos provenientes de otras

regiones, principalmente en el sector Huallaga), indígenas (como Kichwa-Lamistas, Yine, Shipibo-Konibo y Kakataibo) y en aislamiento voluntario (probablemente Cacataibo, en el suroriente del parque). La diversidad lingüística es notable, con el español como idioma principal en comunidades mestizas, el quechua en comunidades andinas migrantes, el shipibo-konibo en grupos amazónicos y el awajún en algunas comunidades indígenas, lo que resalta la riqueza cultural de la región y la necesidad de estrategias turísticas culturalmente pertinentes para el proyecto Blue Amazon.

4.1.4 Conocimientos en hospitalidad y atención al visitante

Las comunidades de la zona de amortiguamiento del PNCAZ han iniciado procesos de capacitación en fundamentos de turismo y atención al visitante, impulsados por iniciativas del gobierno y ONG como CIMA. En 2023, SERNANP y CIMA firmaron un convenio para promover el ecoturismo, seguido en 2024 por el concurso “Emprendedores por Naturaleza” con un fondo de S/60,000 para fomentar la conservación y el desarrollo económico (Ladevi, 2023). CIMA ha formado guías locales, residentes con profundo conocimiento de la biodiversidad y la cultura del parque, quienes ofrecen recorridos informativos sobre flora, fauna, historia comunitaria y cosmovisiones andina y amazónica. Sin embargo, la profesionalización de guías requiere programas de capacitación más estructurados para fortalecer habilidades en interpretación ambiental y cultural. En términos de infraestructura, la capacidad de alojamiento es limitada, con habitaciones acondicionadas en viviendas locales que ofrecen servicios básicos en armonía con el entorno. La Base de CIMA en Pucayacu, con 12 habitaciones y espacio para 50 carpas, está diseñada para recibir hasta 90 turistas, brindando vistas privilegiadas de la selva. La gastronomía local, basada en productos como maíz, papa, cacao, café y carnes, es sencilla pero auténtica, aunque la oferta de restaurantes turísticos es reducida, lo que subraya la necesidad de capacitación en atención al cliente y gestión turística.

4.1.5 Disponibilidad para recibir turistas

El proyecto Blue Amazon se implementará en las comunidades de Maronilla, Jorge Basadre, Consuelo y Monte Verde, ubicadas en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, donde se desarrollarán actividades turísticas como caminatas por la selva, observación de aves, visitas a cataratas y ríos, y experiencias culturales que permitan a los visitantes interactuar con los pobladores locales y conocer sus tradiciones. La comunidad de Maronilla se distingue por sus abundantes recursos naturales, incluyendo extensos bosques, cascadas y paisajes de gran belleza, que ofrecen un alto potencial para actividades ecoturísticas. Actualmente, su economía se basa en la agricultura de subsistencia y el aprovechamiento regulado de productos forestales, lo que proporciona una base para integrar el turismo como una actividad complementaria. Por su parte, la comunidad de Jorge Basadre, situada en una zona de suelos fértiles y clima favorable, destaca por la producción de cultivos de alta calidad, como café y cacao, que se combinan con actividades de agricultura convencional y ganadería a pequeña escala, consolidándola como un núcleo productivo con potencial para diversificar su economía mediante el turismo.

La comunidad de Consuelo se caracteriza por su capacidad para desarrollar una agricultura diversificada, enfocada en el cultivo de productos como plátano, yuca y frutas, junto con la cría de animales menores, actividades que reflejan un modelo de agricultura familiar. En tanto, Monte Verde cuenta con ecosistemas boscosos y recursos naturales ideales para el ecoturismo y la extracción sostenible, sustentando su economía en la agricultura, la ganadería y el aprovechamiento controlado de madera. Como parte del modelo turístico sostenible de Blue Amazon, se propone implementar rutas guiadas hacia ríos, cascadas y zonas boscosas, complementadas con actividades como paseos en kayak, pesca deportiva y observación de fauna silvestre. Estas experiencias no solo generan ingresos económicos para las comunidades, sino que también promueven la valoración y conservación del entorno natural.

4.2. Desarrollo de la Narrativa

El desarrollo del proyecto Blue Amazon emplea la metodología Design Thinking, un enfoque centrado en el usuario para innovar y resolver problemas de manera creativa, aplicado al TRC en la zona de amortiguamiento del PNCAZ. Este proceso se estructura en cinco fases: Empatía, Definición, Ideación, Prototipado y Pruebas. En la fase de Empatía, se busca comprender las necesidades, expectativas y motivaciones de los turistas y las comunidades del Valle de Aspuzana mediante visitas de campo para observar el potencial, preocupaciones y dinámicas de las comunidades rurales, la creación de mapas de empatía para visualizar lo que sienten, piensan, ven y escuchan ambos grupos, y encuestas para evaluar la percepción del turismo, su valor y las necesidades económicas, sociales y culturales de las comunidades.

En la fase de Definición, se sintetizan estas observaciones en un problema clave: los turistas desean un modelo de TRC sostenible que facilite la conexión con la naturaleza y las comunidades, mientras promueve la conservación ambiental y el desarrollo económico local. La fase de Ideación propone generar ideas creativas sin restricciones, identificando para los turistas actividades auténticas, conexión cultural y flexibilidad en itinerarios, y para las comunidades ingresos estables, respeto por sus tradiciones y capacitación en TRC sostenible. En la fase de Prototipado, se desarrollan representaciones tangibles de las soluciones para ser probadas y ajustadas según retroalimentación. Esto incluye una maqueta funcional de una plataforma digital (web o aplicación móvil) que permita personalizar itinerarios, acceder a información sobre la biodiversidad del PNCAZ y conocer la cultura de las comunidades anfitrionas, así como un itinerario turístico integrado que combine caminatas por bosques, observación de fauna, talleres artesanales, visitas comunitarias y gastronomía local. Además, se propone un kit de bienvenida con materiales gráficos y digitales sobre la flora, fauna y recomendaciones para una visita responsable, con retroalimentación iterativa obtenida de usuarios y representantes comunitarios para realizar mejoras rápidas.

En la fase de Pruebas, se evalúan los prototipos con usuarios reales mediante encuestas, entrevistas post-experiencia y pruebas de interacción con la plataforma digital, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora. Un grupo piloto de turistas probará el itinerario diseñado, y las mejoras se implementarán según los comentarios recibidos. Este enfoque de Design Thinking asegura que Blue Amazon ofrezca una experiencia turística auténtica, fomente el desarrollo sostenible y promueva la participación comunitaria, alineándose con las necesidades de los involucrados y los objetivos de conservación del PNCAZ.

4.3. Carácter Innovador del Producto o Servicio

El proyecto Blue Amazon se alinea con las categorías de innovación definidas por el Manual de Oslo (OCDE y Eurostat, 2018), que incluyen innovaciones de producto, proceso, marketing y organizativas, demostrando un enfoque multifacético para el TRC en la zona de amortiguamiento del PNCAZ. En términos de **innovación de producto**, Blue Amazon introduce paquetes turísticos novedosos que combinan actividades ecológicas y culturales, como talleres de artesanía impartidos por comunidades locales y expediciones de conservación ambiental, diseñados para ser sostenibles y promover la preservación del patrimonio natural y cultural. La **innovación de proceso** se refleja en la implementación de una plataforma web que optimiza la reserva de actividades, la comunicación entre guías y turistas, y la gestión de itinerarios en tiempo real, mejorando la accesibilidad y eficiencia logística.

En cuanto a la **innovación de marketing**, Blue Amazon adopta estrategias centradas en el TRC responsable, dirigidas a nichos que valoran el ecoturismo, mediante campañas en redes sociales, participación en ferias de TRC y alianzas con organizaciones ambientales. La **innovación organizativa** radica en un modelo de gestión que integra a las comunidades locales como agentes activos, capacitándolas como guías turísticos para garantizar una distribución equitativa de los beneficios y mejorar su calidad de vida. Además, Blue Amazon

prioriza la **sostenibilidad** y la **responsabilidad** social a través de proyectos de reforestación y educación ambiental, integrados en la oferta turística, y emplea métricas del Manual de Oslo para evaluar el impacto socioeconómico y ambiental, ajustando continuamente sus operaciones según retroalimentación de turistas y comunidades.

En el contexto del TRC en Perú, Blue Amazon se distingue por su enfoque innovador al combinar ecoturismo, participación comunitaria y conservación en el Valle de Aspuzana, superando propuestas como Peruvian Nativa Tours y Pacucha Glamping. Peruvian Nativa Tours ofrece tours culturales y de aventura en diversas regiones, pero su enfoque más general no prioriza la gestión directa por parte de las comunidades locales, a diferencia de Blue Amazon, que involucra activamente a los pobladores del PNCAZ en la creación y operación de experiencias turísticas. Por su parte, Pacucha Glamping, ubicado frente a la Laguna de Pacucha en Andahuaylas, se centra en alojamiento de lujo en un entorno natural, pero carece de la diversidad de actividades que Blue Amazon propone, como visitas a cataratas, mariposarios, talleres culturales y proyectos de conservación. Esta integración de aventura, educación ambiental y revalorización cultural posiciona a Blue Amazon como una iniciativa diferenciada, que no solo ofrece experiencias auténticas, sino que también fomenta el desarrollo económico inclusivo y la sostenibilidad ambiental, estableciendo un modelo competitivo y replicable frente a otras iniciativas turísticas en el país.

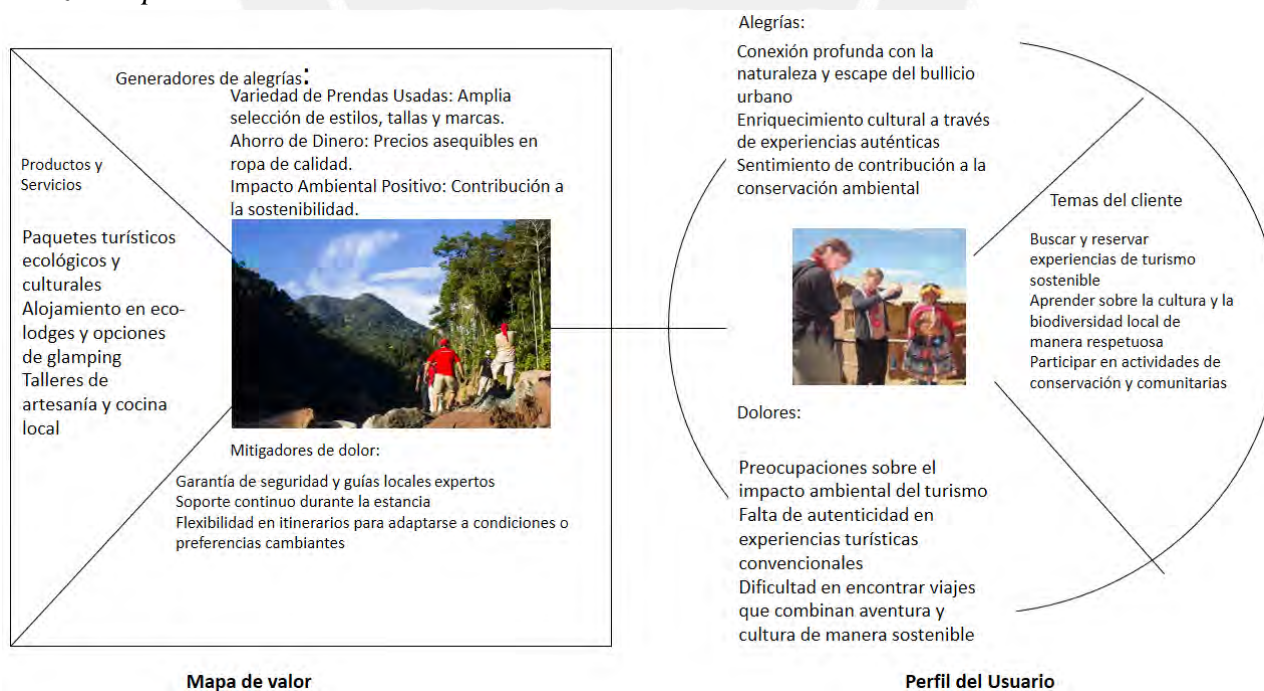
4.4. Propuesta de Valor

La propuesta se sostiene sobre una innovación incremental para el TRC en el Valle del Aspuzana, a través del proyecto "Blue Amazon". Esto, debido a que el proyecto se enfoca en mejorar y optimizar la experiencia actual del TRC. Reconoce las frustraciones existentes y propone soluciones que refinan los procesos y la oferta actual. Los turistas que buscan experiencias de TRC en el Valle del Aspuzana anhelan una conexión auténtica con la naturaleza y la cultura local, que les permita aprender, disfrutar y contribuir al desarrollo de las comunidades, priorizando seguridad, información clara y turismo responsable que respete

el medio ambiente y las tradiciones. Sin embargo, enfrentan frustraciones como la escasez de información confiable sobre destinos rurales, experiencias turísticas poco auténticas o excesivamente comercializadas, dificultades para acceder a comunidades con infraestructura limitada y preocupaciones sobre el impacto ambiental y social de sus viajes.

El Lienzo de Propuesta de Valor (Figura N.º 5) sirve como una herramienta estratégica para alinear los objetivos del proyecto Blue Amazon con estas demandas, garantizando una experiencia de TRC sostenible, enriquecedora y respetuosa con el entorno natural y cultural. Este lienzo articula cómo Blue Amazon satisface las necesidades de los turistas al ofrecer inmersión cultural, contacto directo con la comunidad, seguridad en la organización del viaje y oportunidades para contribuir a la conservación y el bienestar local, mientras aborda las frustraciones mediante infraestructura básica, capacitación comunitaria en atención al cliente y una plataforma digital que proporciona información detallada y accesible.

Figura 5.
Lienzo Propuesta de Valor



Blue Amazon responde a estas expectativas con una oferta diversa que incluye alojamiento en la Casa Comunal Aspuzana, guías turísticos operados por la comunidad, experiencias culturales como talleres de artesanía y cosecha de cacao, recorridos naturales a la Catarata Otorongo y el Mariposario Comunitario, gastronomía basada en ingredientes locales preparada por familias y una plataforma digital con sistema de reservas y promoción en redes sociales. Estas soluciones generan beneficios adicionales para los viajeros, como la organización de experiencias auténticas con participación comunitaria, actividades que fomentan el aprendizaje cultural, transparencia en el impacto social y ambiental, y conexión con la biodiversidad del PNCAZ a través de rutas guiadas por expertos locales. Al integrar estas características, Blue Amazon no solo resuelve las limitaciones de la oferta turística actual, sino que también posiciona un modelo innovador de TRC que impulsa el desarrollo socioeconómico de las comunidades y la conservación ambiental, consolidándose como una iniciativa competitiva y sostenible que crea valor compartido para turistas, comunidades y el entorno natural.

4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

El Producto Mínimo Viable (PMV) del proyecto Blue Amazon se diseñó para implementar un modelo de Turismo Rural Comunitario Sostenible en el Valle de Aspuzana, ubicado en la zona de amortiguamiento del PNCAZ. Esta fase se estructuró en dos ciclos de trabajo iterativos, conocidos como sprints, con el propósito de ajustar progresivamente los componentes esenciales del servicio turístico, garantizando una experiencia auténtica, viable y alineada con los principios de sostenibilidad para los primeros visitantes. El PMV busca establecer una base operativa que permita validar la propuesta de valor de Blue Amazon, incorporando retroalimentación temprana para optimizar la oferta antes de su escalamiento. Este enfoque asegura que el servicio no solo responda a las expectativas de los turistas, sino que también fomente el desarrollo económico inclusivo y la conservación ambiental, fortaleciendo la relación entre las comunidades locales y el entorno natural.

Los objetivos del PMV abarcan la verificación del interés del mercado, confirmando la existencia de una demanda real por parte de turistas atraídos por experiencias de TRC, lo que valida el atractivo del modelo propuesto por Blue Amazon. También se busca recopilar retroalimentación directa, obteniendo opiniones cualitativas y cuantitativas de los visitantes para identificar oportunidades de mejora y realizar ajustes inmediatos al diseño del servicio. Otro objetivo es la evaluación operativa, analizando la eficiencia y sostenibilidad de los procesos logísticos, como la coordinación con proveedores, la movilidad y la disponibilidad de servicios básicos, para garantizar una experiencia fluida. Finalmente, se mide el impacto en la comunidad, observando los efectos económicos y sociales del modelo en las poblaciones locales, identificando beneficios tangibles e impactos potenciales que refuercen el compromiso con un desarrollo inclusivo y sostenible, alineado con los principios de Blue Amazon.

4.5.1 Sprint 1: Desarrollo Inicial y Pruebas de Concepto

El proyecto Blue Amazon incorpora una página web funcional e intuitiva que permite a los turistas interactuar, compartir sus experiencias en el Valle de Aspuzana y fortalecer su conexión con las comunidades locales y la naturaleza, promoviendo el desarrollo del TRC sostenible. Esta plataforma digital presenta un menú principal con accesos directos a secciones clave como Introducción, Servicios, Proyectos y Contactos, además de enlaces a las redes sociales de Blue Amazon, facilitando la navegación y la promoción de la propuesta turística. La web detalla los conceptos del proyecto, destacando su compromiso con la sostenibilidad y la participación comunitaria. Como parte del PMV, se implementaron talleres culturales básicos para evaluar el interés y la participación de los turistas en actividades culturales, junto con rutas de trekking guiadas para explorar la biodiversidad de la zona de amortiguamiento del PNCAZ, diseñadas para ofrecer experiencias auténticas y respetuosas con el entorno.

Complementando estas iniciativas, se desarrolló un sistema de reservas manual o semi-automatizado para gestionar las primeras reservas, permitiendo identificar necesidades logísticas y optimizar la experiencia del usuario. Asimismo, se recopiló retroalimentación inicial de los visitantes mediante encuestas y entrevistas post-visita, con el objetivo de comprender sus experiencias, expectativas y áreas de mejora, asegurando que el servicio evolucione según las necesidades del mercado. Estos elementos, integrados en los ciclos de trabajo (sprints) del PMV, se detallan en la Figura 6, que incluye la Introducción y propósito de Blue Amazon, el análisis ambiental, la planificación del desarrollo, y la ejecución y evaluación de las acciones. Este enfoque iterativo garantiza que Blue Amazon no solo ofrezca una experiencia turística atractiva, sino que también contribuya al desarrollo socioeconómico de las comunidades y a la conservación ambiental en la región, consolidando un modelo innovador y sostenible.

Figura 6.

Sprint 1 – Blue Amazon – Pantalla Inicial



La Figura 7 expone el sprint correspondiente a la Introducción de la Empresa, donde se articulan la misión, visión y valores de Blue Amazon, subrayando su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo de la comunidad de Aspuzana, lo que establece una base sólida para alinear las operaciones con los principios del TRC sostenible.

Figura 7.

Sprint 1 – Blue Amazon - Introducción

INTRO
Explorando el Corazón de la Amazonía con Sostenibilidad

Adentrarse en la riqueza natural y cultural del Valle del Aspuzana puede ser una aventura transformadora.

"En Blue Amazon, nuestra misión es ofrecer experiencias inolvidables que no solo deleiten, sino que también contribuyan al bienestar de las comunidades locales y al cuidado del medio ambiente."

Nombre del Fundador - CEO





Análisis Ambiental

El punto de partida de nuestras excursiones es un profundo respeto y comprensión del ecosistema del Valle del Aspuzana, asegurando su conservación para futuras generaciones.



Planificación del Desarrollo

Desarrollamos estrategias de turismo sostenible que integran las necesidades de los visitantes con la protección ambiental y el bienestar de las comunidades locales.




Ejecución y Evaluación

Implementamos y evaluamos continuamente nuestras actividades para asegurarnos de que cumplen con los más altos estándares de responsabilidad ecológica y satisfacción del cliente.

Complementariamente, la Figura 8 detalla las excursiones disponibles para reservas, proporcionando información clara sobre precios e itinerarios en un solo idioma, facilitando a los turistas la planificación de sus visitas y asegurando transparencia en la oferta turística. Estas excursiones abarcan actividades que conectan a los visitantes con la naturaleza y la cultura local, reforzando la autenticidad de la experiencia.

Figura 8.
Sprint 1 – Blue Amazon – Servicios


Elige el Paquete de Servicios que Mejor Se Ajuste a Tus Necesidades



Descubrimiento Natural

Ideal para los que desean una experiencia corta pero intensa, este paquete ofrece una introducción al ecoturismo en el Valle del Aspuzana.

- Visita guiada a la Catarata Otorongo




Aventura Extendida

Para aquellos que buscan explorar en profundidad, este paquete incluye actividades adicionales y mayor tiempo en la naturaleza.

- Exploración de las Cuevas del Consuelo
- Participación en la cosecha de cacao

Desde \$350 por persona

[DETALLES](#)



Inmersión Total

Este paquete es para los entusiastas del ecoturismo que desean una experiencia completa e integradora con la comunidad y naturaleza.

- Visitas guiadas a múltiples sitios de interés
- Actividades de conservación participativa

Desde \$500 por persona

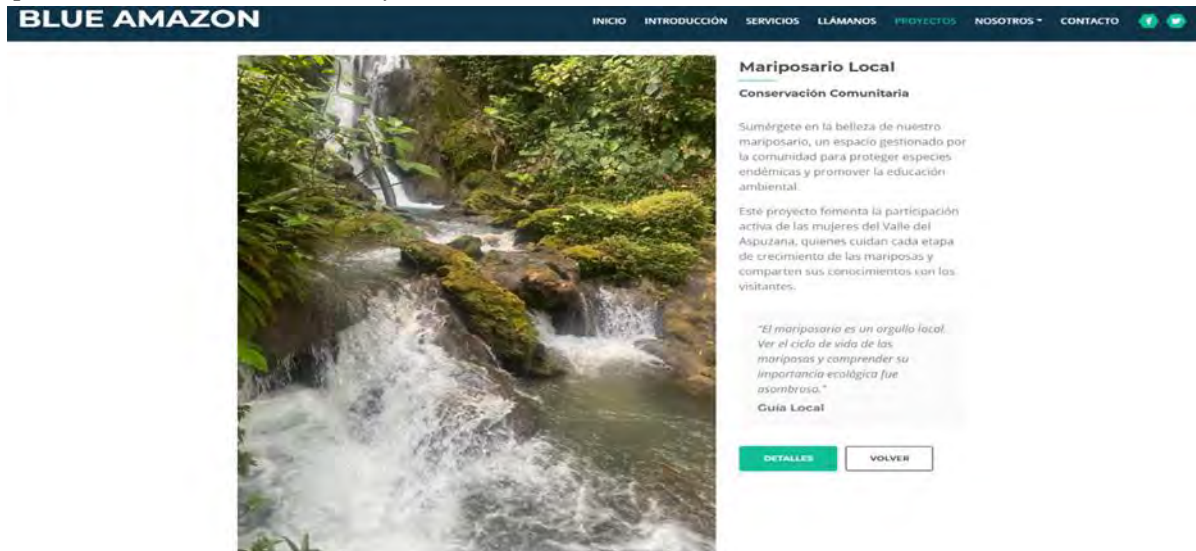
[DETALLES](#)

La Figura 9 se centra en una actividad comunitaria específica, la visita al mariposario local, describiendo su desarrollo y su relevancia como una experiencia que combina

educación ambiental y participación comunitaria, permitiendo a los turistas interactuar con la biodiversidad del PNCAZ mientras apoyan a las comunidades locales.

Figura 9.

Sprint 1 – Blue Amazon – Proyectos



Por su parte, la Figura 10 detalla el compromiso de Blue Amazon con la sostenibilidad, destacando iniciativas como la preservación de recursos naturales, la promoción de prácticas turísticas responsables y el fortalecimiento económico de las comunidades, alineándose con los ODS.

En la figura 10 se detalla el compromiso de la empresa con la sostenibilidad.

Figura 10.

Sprint 1 – Blue Amazon – Nosotros



Tras la presentación del primer prototipo de la página web de Blue Amazon a un grupo de individuos con el perfil de turistas previamente identificado, se realizaron

entrevistas para recopilar retroalimentación. Los resultados indicaron un interés generalizado en la plataforma, pero los participantes señalaron que la sección de servicios no cumplía del todo con sus expectativas, ya que los textos eran extensos y densos, lo que podía dificultar la navegación y la toma de decisiones de compra. Además, sugirieron incorporar más fotografías en alta calidad de los principales atractivos de la zona de amortiguamiento del PNCAZ, como paisajes, actividades culturales y biodiversidad, para mejorar la experiencia visual y el atractivo de la oferta turística. Estas observaciones son fundamentales para ajustar el diseño de la web en los ciclos iterativos del PMV, asegurando que la plataforma sea intuitiva, atractiva y alineada con las necesidades de los turistas interesados en el TRC sostenible.

La Figura 11 presenta el Lienzo Blanco de Relevancia del Sprint 1, una herramienta estructurada en cuatro secciones clave que evalúa el PMV de Blue Amazon, resaltando sus aspectos más innovadores y atractivos, identificando áreas de incertidumbre que necesitan clarificación, recopilando críticas constructivas para mejorar la propuesta y proponiendo nuevas ideas para optimizar y ampliar el impacto del proyecto. Este análisis permite a Blue Amazon no solo satisfacer las expectativas de su público objetivo, sino también generar una influencia positiva y sostenible en la comunidad del Valle de Aspuzana, promoviendo el bienestar económico y social de las poblaciones rurales mientras se refuerza el compromiso con la conservación ambiental. Al integrar estas mejoras, Blue Amazon se consolida como un modelo ejemplar de TRC sostenible, capaz de equilibrar la experiencia turística con el desarrollo comunitario y la preservación del entorno natural en la región del PNCAZ.

Figura 11.

Matriz Blanco de relevancia



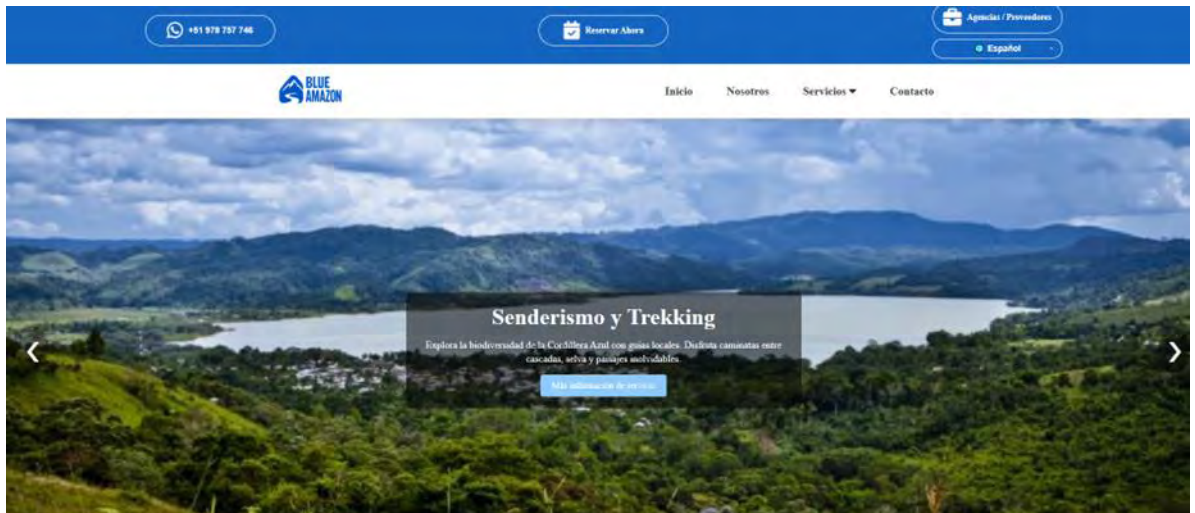
4.5.2 Sprint 2: Refinamiento de Servicios y Preparación del PMV

El Sprint 2 del PMV de Blue Amazon se centró en el refinamiento de servicios y la preparación para el lanzamiento oficial, implementando mejoras clave para optimizar la experiencia turística en el Valle de Aspuzana. Se desarrolló una versión básica de una plataforma de reservas online que agiliza el proceso de inscripción y gestiona eficientemente los datos de los visitantes, mejorando la accesibilidad y organización logística. Además, se diversificaron las actividades culturales y de trekking, adaptándolas a las preferencias de los turistas mediante una mayor variedad y profundidad, como talleres artesanales más interactivos y rutas guiadas que resaltan la biodiversidad del PNCAZ. También se diseñaron estrategias promocionales y materiales de marketing, incluyendo campañas digitales y folletos, para ampliar el alcance del proyecto y atraer a un público interesado en el TRC sostenible. Pruebas operativas aseguraron que los procesos logísticos, desde la coordinación con proveedores hasta la movilidad en la zona, funcionaran de manera eficiente y sostenible, sentando las bases para un lanzamiento exitoso del PMV. Las mejoras del Sprint 2 se reflejan

en varias representaciones visuales. La Figura 12 presenta la vista principal de la página web, que destaca la naturaleza del PNCAZ con un diseño visual atractivo y un menú en tonos blanco y azul, incluyendo las pestañas Inicio, Nosotros, Servicios y Contacto, facilitando la navegación para los usuarios.

Figura 12.

Sprint 2 – Blue Amazon – Introducción



La Figura 13 detalla el sprint de la pestaña Nosotros, donde se exponen la misión, visión y valores de Blue Amazon, junto con su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo de la comunidad de Aspuzana, reforzando la identidad del proyecto.

Figura 13.

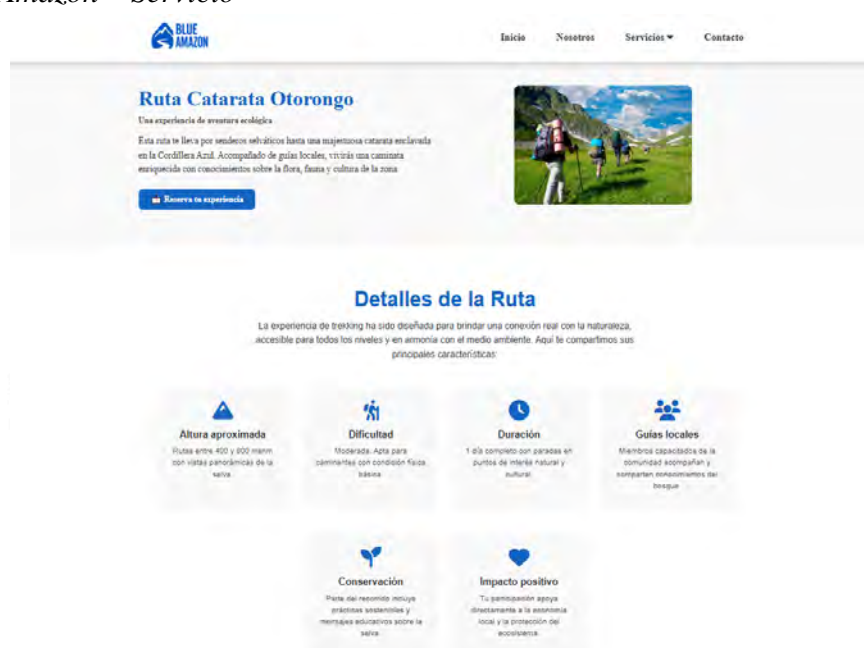
Sprint 2 – Blue Amazon – Nosotros



Por su parte, la Figura 14 describe un día específico de la excursión, especificando la ruta y las características de las actividades, como horarios y puntos destacados, para proporcionar claridad a los turistas. Estas actualizaciones consolidan procesos operativos robustos y campañas de marketing efectivas, posicionando a Blue Amazon como un modelo innovador de TRC que impulsa el desarrollo socioeconómico y la preservación ambiental en la región.

Figura 14.

Sprint 2 – Blue Amazon – Servicio



Durante la fase de evaluación del prototipo de la página web de Blue Amazon, se diseñó y aplicó una encuesta dirigida a usuarios potenciales para analizar aspectos críticos como la claridad del mensaje, la calidad del diseño visual, la facilidad de navegación y la organización del portal, orientado a promover el TRC en el Valle de Aspuzana. El instrumento combinó preguntas cerradas y abiertas, evaluando la comprensión de la propuesta general, la simplicidad de la navegación, la presentación visual (colores, imágenes y tipografía) y la estructura intuitiva del sitio (menús, secciones y botones). Los participantes identificaron los elementos más útiles del prototipo y ofrecieron recomendaciones para su mejora, lo que permitió establecer indicadores de validación específicos, como el porcentaje

de usuarios que consideraron la propuesta “clara” o “muy clara”, el diseño “atractivo” o “muy atractivo” y la navegación “fácil” o “muy fácil”. El prototipo se consideró validado cuando más del 70 % de los encuestados respondió favorablemente en estos indicadores, y las sugerencias recopiladas se incorporaron en versiones posteriores del diseño, garantizando un producto final funcional, claro y atractivo para el público objetivo.

El PMV de Blue Amazon, centrado en el TRC sostenible en el Valle de Aspuzana dentro de la zona de amortiguamiento del PNCAZ, consiste en un paquete turístico que incluye los elementos esenciales para ofrecer una experiencia inmersiva y sostenible, minimizando riesgos y costos iniciales mientras se validan las hipótesis del modelo de negocio con clientes reales. Este PMV comprende una o dos rutas de trekking guiadas por miembros de la comunidad, diseñadas para destacar la biodiversidad del PNCAZ, junto con talleres interactivos que permiten a los visitantes participar en actividades culturales como artesanía o cocina local, impartidos por los pobladores. También se incluyen materiales impresos o digitales que informan sobre la biodiversidad, la cultura local y las prácticas de turismo responsable para prevenir la contaminación ambiental, una solución tecnológica básica que facilita reservas y pagos en línea, comidas preparadas con ingredientes locales por la comunidad para promover una gastronomía auténtica y apoyar la economía local, y un espacio de camping para la estadía de los visitantes. Esta configuración permite a Blue Amazon iniciar operaciones con una inversión inicial moderada, recopilar retroalimentación valiosa y escalar el proyecto basándose en datos concretos sobre la experiencia del cliente y el impacto comunitario.

4.6 Resumen del capítulo

Este capítulo detalla el diseño de un modelo de TRC sostenible en el Valle de Aspuzana, zona de amortiguamiento del PNCAZ, enfocado en comunidades como Maronilla, Jorge Basadre, Consuelo y Monte Verde. Se presenta un enfoque innovador que integra experiencias auténticas, como rutas de trekking, talleres culturales y gastronomía local, con

una plataforma digital para reservas y promoción, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Mediante Design Thinking, se desarrolló una web intuitiva, ajustados tras retroalimentación que destacó la necesidad de textos más concisos y fotos de alta calidad. El PMV, estructurado en dos sprints, validó la demanda, optimizó logística y diversificó actividades, alcanzando más del 70 % de aprobación en claridad y diseño.



Capítulo V. Modelo de Negocio

En este capítulo, se presentará el modelo de negocio de Blue Amazon utilizando el lienzo del Business Model Canvas. A partir de este marco, se desarrollará la propuesta de valor y los elementos que la complementan. Asimismo, se justificará la viabilidad, sostenibilidad y escalabilidad del proyecto, utilizando como parámetro para la sostenibilidad los ODS.

5.1. Lienzo del Modelo de Negocio

Blue Amazon se dedica a ofrecer experiencias auténticas de TRC sostenible en el Valle de Aspuzana, ubicado en la zona de amortiguamiento del PNCAZ, diseñadas para satisfacer las expectativas de diversos tipos de turistas mediante productos y servicios que combinan naturaleza, cultura y aventura. La oferta está estructurada para adaptarse a diferentes preferencias en cuanto a duración y profundidad de la experiencia, logrando un equilibrio entre inmersión cultural, exploración del entorno natural y contribución a la sostenibilidad ambiental y social de las comunidades locales. Los servicios incluyen rutas de trekking guiadas que destacan la biodiversidad, talleres culturales como artesanía y cocina local, y gastronomía auténtica, todos gestionados por las comunidades para garantizar una conexión significativa con los visitantes y una influencia positiva en la economía local, alineándose con los principios de sostenibilidad y desarrollo inclusivo.

El Lienzo Business Model Canvas, presentado en la Tabla 10, articula los componentes estratégicos del proyecto, identificando socios clave, actividades, propuesta de valor, vínculo con clientes, segmentos de clientes, recursos, canales de comunicación, estructura de costos y fuentes de ingresos. La elaboración del lienzo se basó en entrevistas con socios estratégicos, incluyendo comunidades locales y sus líderes, colaboradores de la ONG CIMA, organizaciones nacionales de conservación ambiental, instituciones educativas, grupos de investigación y empresas tecnológicas responsables del desarrollo y soporte de la

plataforma web. Estas alianzas aseguran la sostenibilidad del proyecto, la calidad de la oferta turística y la escalabilidad del modelo.

A partir de entrevistas, conversaciones y análisis documental, se identificaron las actividades clave para el éxito de Blue Amazon, comenzando por la incorporación de guías locales y expertos en biodiversidad, quienes no solo enriquecen la experiencia turística, sino que también generan empleo sostenible en las comunidades del Valle de Aspuzana. Establecer acuerdos formales con las comunidades y autoridades locales resulta esencial, dado que el modelo de negocio implica visitas frecuentes a la zona de amortiguamiento del PNCAZ, y una coordinación clara asegura resultados óptimos y relaciones de confianza. Además, se prioriza la disponibilidad de infraestructura ecoamigable, como zonas de camping, mediante un acuerdo de alquiler permanente con las comunidades y la ONG CIMA, garantizando alojamientos sostenibles que minimizan el impacto ambiental. Otra actividad fundamental es el desarrollo y mantenimiento de una página web funcional, que optimiza la gestión de reservas y la comunicación con los clientes, facilitando una experiencia fluida y accesible. Los recursos clave incluyen a los guías locales, los expertos en biodiversidad, la infraestructura ecoamigable, los acuerdos comunitarios y la tecnología digital, todos indispensables para la implementación efectiva del TRC.

La propuesta de valor de Blue Amazon se enfoca en ofrecer un servicio de TRC profundamente integrado con las comunidades locales, asegurando beneficios directos y tangibles, como ingresos económicos y fortalecimiento social, para los pobladores del Valle de Aspuzana. Asimismo, se promueven experiencias educativas que fomentan la protección de la biodiversidad y la revalorización cultural, permitiendo a los turistas aprender sobre el entorno natural y las tradiciones locales a través de actividades como talleres y rutas guiadas. Un pilar distintivo es el compromiso exclusivo con alojamientos sostenibles, diseñados para reducir al mínimo el impacto ambiental, alineándose con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

La relación con los clientes de Blue Amazon se basa en una atención personalizada que abarca desde las consultas iniciales hasta la finalización de la visita, asegurando una experiencia fluida y satisfactoria. Se implementará una comunidad en línea para fomentar retroalimentación constante y auténtica, permitiendo mejorar continuamente los servicios mediante la incorporación de sugerencias de los turistas. Además, se diseñará un programa de fidelidad para visitantes recurrentes al PNCAZ, incentivando su compromiso con el proyecto. Los segmentos de clientes incluyen turistas ecológicos interesados en la sostenibilidad ambiental, viajeros culturales que buscan inmersiones auténticas, estudiantes y educadores enfocados en el medio ambiente y la cultura, así como ONG y organizaciones de conservación. Estos grupos muestran disposición a pagar por experiencias que combinen naturaleza, cultura y sostenibilidad, alineándose con la propuesta de valor de Blue Amazon.

Los canales de comunicación se centran en una estrategia de marketing que prioriza el uso activo de redes sociales para difundir información y generar engagement, complementado con la participación en ferias de turismo y eventos de sostenibilidad para incrementar la visibilidad del PNCAZ. La plataforma web servirá como herramienta principal para reservas, exhibición de comentarios de clientes y promoción de la oferta turística, mientras que la oficina principal en Tarapoto ofrecerá un punto de contacto directo para consultas y reservas. En cuanto a la estructura de costos, se incluyen la construcción y mantenimiento de una zona de descanso ecoamigable, las remuneraciones del personal de la empresa, y los honorarios de los guías locales, cubiertos mediante acuerdos con las comunidades. La inversión en promoción y marketing representa el gasto más significativo, dado el enfoque en un público internacional especializado, junto con costos operativos y logísticos para garantizar la calidad del servicio. Las fuentes de ingresos provienen principalmente de la venta de paquetes turísticos, complementadas por actividades adicionales ofrecidas durante la estadía, asegurando la viabilidad financiera y el impacto socioeconómico en las comunidades.

Tabla 10*Lienzo Business Model Canvas*

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> Comunidad local y líderes indígenas. Organización de conservación ambiental. Empresas de tecnología para soporte de plataforma. Instituciones educativas y grupos de investigación. ONG CIMA 	<ul style="list-style-type: none"> Guías locales y expertos en biodiversidad. Infraestructura de alojamiento eco-amigable. Acuerdos con la comunidad y autoridades locales. Tecnología para la gestión de reservas y comunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo Rural Comunitario profundamente integrado. Beneficios directos y tangibles para la comunidad local. Experiencias educativas en conservación y cultura. Alojamientos sostenibles y de bajo impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Atención personalizada durante las visitas. Comunidad online para feedback y apoyo post-visita. Programas de fidelidad para visitantes recurrentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Turistas ecológicos interesados en la sostenibilidad. Viajeros culturales buscando inmersión auténtica. Estudiantes y educadores en estudios ambientales y culturales. ONG's y organizaciones de conservación.
	<hr/> Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> Guías locales y expertos en biodiversidad. Infraestructura de alojamiento eco-amigable. Acuerdos con la comunidad y autoridades locales. Tecnología para la gestión de reservas y comunicaciones. 		<hr/> Canales <ul style="list-style-type: none"> Plataforma web para información y reservas. Redes sociales para marketing y engagement. Agencias de viajes especializadas en turismo sostenible. Ferías de turismo y eventos de sostenibilidad. Oficina en Tarapoto. 	
<hr/> Estructura de costos		<hr/> Fuente de ingresos		
Construcción y mantenimiento de infraestructura Salarios para personal y guías locales Inversión en Marketing y promoción Costos operativos y logísticos de las actividades turísticas		Venta directa de paquetes turísticos Actividades adicionales		

5.1.1 Propuesta de valor e implementación

Blue Amazon ofrece programas de TRC sostenible en el Valle de Aspuzana, diseñados como paquetes turísticos de duración e inmersión variables que integran actividades recreativas, culturales y educativas, permitiendo a los visitantes conectarse plenamente con el entorno natural y cultural del PNCAZ. Estos productos buscan equilibrar la exploración de la biodiversidad, la interacción con las comunidades locales y el aprendizaje sobre la sostenibilidad, ofreciendo experiencias auténticas que destacan la riqueza del lugar. La implementación de estos paquetes se fundamenta en un modelo colaborativo entre Blue Amazon, las comunidades locales y la ONG CIMA, asegurando una distribución equitativa de los beneficios económicos y sociales generados por el turismo. Este enfoque fomenta la participación activa de los pobladores en todas las etapas del desarrollo turístico, promoviendo un impacto positivo y sostenible a largo plazo en la región.

Un componente clave de la implementación es la capacitación de las comunidades en áreas esenciales como atención al cliente, gestión de alojamientos, guías turísticos, producción de alimentos y artesanías, con el objetivo de empoderar a los pobladores y garantizar servicios de alta calidad que fortalezcan la competitividad del destino. Para apoyar la experiencia turística, se habilitará “La Base Azul”, una zona de descanso que funcionará como el principal centro de alojamiento, diseñada con criterios de sostenibilidad y respaldada por el soporte financiero y humano de la ONG CIMA. Este espacio no solo ofrecerá descanso, sino que también servirá como un núcleo para actividades comunitarias, donde los visitantes podrán participar en talleres culturales y educativos, reforzando la conexión con las tradiciones locales y la conservación ambiental. Estas iniciativas posicionan a Blue Amazon como un modelo de TRC que impulsa el desarrollo socioeconómico, la capacitación comunitaria y la preservación del PNCAZ.

El proyecto Blue Amazon prioriza la generación de empleo local en el Valle de Aspuzana, vinculando a las comunidades en actividades turísticas clave como guías locales, preparación de alimentos, gestión de “La Base Azul”, producción de artesanías y operación de zonas de degustación de chocolate artesanal, donde los turistas aprenderán sobre la producción de cacao y disfrutarán de productos comunitarios. Estas iniciativas diversifican las fuentes de ingresos, fortalecen el arraigo local y promueven el desarrollo económico sostenible. Además, se habilitarán accesos y señalización en las zonas turísticas con un enfoque educativo, proporcionando información sobre la biodiversidad y la historia local para garantizar una movilidad segura y enriquecedora. La infraestructura, incluyendo “La Base Azul” como centro de alojamiento y actividades comunitarias, se desarrollará con el apoyo de la ONG CIMA, asegurando sostenibilidad ambiental. Estas acciones, combinadas con la capacitación en atención al cliente, guías turísticos y producción artesanal, empoderan a las comunidades para ofrecer servicios competitivos, maximizando el impacto social del TRC.

La promoción y venta de los paquetes turísticos se gestionarán a través de una plataforma de reservas en línea, diseñada para facilitar la organización, reserva y pago de experiencias, complementada por estrategias de marketing digital dirigidas a viajeros interesados en ecoturismo, aventura y sostenibilidad. Blue Amazon colaborará con operadores turísticos nacionales e internacionales, agencias de viajes, entidades gubernamentales y ONG enfocadas en la conservación, ampliando la visibilidad del PNCAZ. Este enfoque no solo mejora la infraestructura y las capacidades locales, sino que también fortalece la identidad cultural y genera empleos sostenibles. Al involucrar activamente a las comunidades en todas las fases del proyecto, Blue Amazon asegura una distribución equitativa de los beneficios. Tras cinco años, el proyecto será transferido a las comunidades para su gestión, consolidando un modelo de TRC que impulsa el desarrollo económico, social y ambiental sostenible en el Valle de Aspuzana.

5.1.2 Propuesta de La Base Azul

La Base Azul, desarrollada en colaboración con la ONG CIMA, constituye el núcleo de alojamiento sostenible para los visitantes del Valle de Aspuzana, aprovechando instalaciones existentes para recibir a un grupo limitado de turistas. Estas incluyen una oficina en la plaza de Tarapoto, un comedor de al menos 30 m², una zona de camping de 300 m² con capacidad para 50 carpas (4 personas cada una), y una zona VIP con 12 habitaciones de mínimo 10 m² cada una, todas gestionadas por CIMA. Además, se han habilitado una zona de estacionamiento y un área de avistamiento de aves, enriqueciendo la experiencia turística. La Figura N.º 15 presenta un mapa de la ruta turística “Valle del Aspuzana”, que abarca atractivos como la Cueva Consuelo, la Catarata del Otorongo y el Balneario del Río Azul, diseñada para conectar a los visitantes con la biodiversidad y la cultura local. Esta infraestructura, alineada con principios de sostenibilidad, garantiza comodidad y respeto ambiental, sirviendo como base operativa para las actividades del TRC.

Figura 15.

Ruta turística “Valle del Aspuzana”



5.1.3 Desarrollo de la Experiencia Turística en el Valle del Aspuzana

La experiencia turística de Blue Amazon en el Valle de Aspuzana ofrece una inmersión profunda en la vida comunitaria y la biodiversidad del PNCAZ, promoviendo el desarrollo sostenible mediante actividades que fomentan la interacción entre turistas y pobladores, el respeto por la cultura tradicional y la conservación de los recursos naturales. El paquete, con un costo de S/ 2,678 por persona (incluye IGV), cubre transporte desde Tarapoto, traslados internos, alojamiento en camping (3 noches con bolsa y tienda de dormir), tres comidas diarias preparadas por las comunidades, y acceso a actividades como talleres culturales y visitas guiadas, con un recorrido de 6 a 8 horas desde el aeropuerto de Tarapoto hasta Pucayacu, punto de partida en la zona de amortiguamiento. Este modelo de TRC no solo ofrece beneficios económicos y sociales para las comunidades, sino que refuerza el compromiso de Blue Amazon con prácticas turísticas responsables, contribuyendo activamente a la preservación de la biodiversidad y al bienestar local en la región.

El itinerario de 4 días de Blue Amazon inicia con la llegada al Aeropuerto de Tarapoto, donde un guía local recibe a los visitantes y los traslada a un restaurante para disfrutar de un desayuno tradicional, marcando el comienzo de la aventura. El primer día incluye un viaje en vehículo hacia la Catarata Otorongo, un impresionante salto de agua rodeado de selva, seguido de una caminata guiada para explorar la rica flora y fauna del PNCAZ, ofreciendo una inmersión en la belleza natural de la región. La jornada concluye en La Base Azul con una cena elaborada con ingredientes locales y descanso en el alojamiento sostenible. El segundo día comienza con un desayuno energético y una visita a Montaña Verde, donde los turistas descubrirán el mariposario comunitario, aprendiendo de las mujeres locales sobre la conservación de mariposas. Una caminata a un río cercano y la visita a un jardín de orquídeas gestionado por la comunidad enriquecen la experiencia, culminando con una cena en La Base Azul.

El tercer día lleva a los visitantes a la Comunidad de Consuelo para explorar las Cuevas del Consuelo, guiados por un local que comparte su historia y leyendas, seguido de un almuerzo tradicional y una caminata relajante por un riachuelo. Por la tarde, en La Base Azul, una demostración de cosecha de cacao permite aprender sobre su producción y degustar productos artesanales, cerrando con una cena comunitaria. El cuarto día incluye un desayuno antes del regreso a Tarapoto, con una parada en el Museo del Cacao para conocer su importancia cultural y adquirir productos derivados, finalizando con el traslado al aeropuerto. Este itinerario, diseñado para fomentar la interacción con las comunidades y la biodiversidad, refuerza el compromiso de Blue Amazon con el TRC sostenible, generando beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades del Valle de Aspuzana mientras ofrece una experiencia auténtica y educativa.

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

Para poder determinar si el negocio es viable se presenta la proyección de las ventas respecto a la cantidad de paquetes, la cantidad de ingresos (sin IGV) por percibir, y de costos realizados, por año. Los supuestos utilizados que sustentan las proyecciones son: Los precios y costos de venta no incluyen IGV, los valores están formulados en moneda local, soles peruanos, el horizonte de proyección son 5 años, del 2025 al 2029, la depreciación anual para vehículos y paneles solares en de 10%, la depreciación anual para equipos y materiales es de 25%, los valores de los costos y precios tienen un incremento anual de 5% por la inflación, cada camioneta Van puede trasladar hasta 12 personas (sin contar al chofer y al guía), cada camioneta VAN puede realizar hasta 7 viajes por mes, existen a disposición 50 Carpas (Capacidad 4 personas cada una), los alimentos (desayuno, almuerzo y cena) están incluidos dentro del paquete y, el transporte de ida hacia el PNCAZ, y de regreso a Tarapoto, así como el transporte entre las comunidades están incluidos dentro del paquete. En la Tabla 11 se

evidencia que se espera para el año 2025 un total de 2,160, y para el año 2029 estos números crezcan a 6,768 de toda la experiencia.

Tabla 11

Proyección de ventas (cantidad)

	2025	2026	2027	2028	2029
Cantidad de productos vendidos	2,160	3,456	5,040	6,048	6,768

En la Tabla 12 se indica que, en función de la proyección de las ventas, se esperan ingresos para el 2025 de S/4,861,945, para el 2026 de S/8,168,067, para el 2027 de S/12,507,353, para el 2028 de S/15,759,265 y para el 2029 de S/18,517,136.

Tabla 12

Proyección de ventas (en soles, por año)

Ventas en soles (sin igv)	2025	2026	2027	2028	2029
TOTAL	S/4,861,945	S/8,168,067	S/12,507,353	S/15,759,265	S/18,517,136

Considerando la cantidad de paquetes proyectados, en la Tabla 13 se presentan los costos asociados a cada uno de los paquetes, según los años de proyección. Para el año 2025 se esperan tener costos por S/972,000, para el 2026 de S/1,632,960, para el 2027 de S/2,500,470, para el 2028 de S/3,150,592 y para el 2029 de S/3,701,946.

Tabla 13

Proyección de costos (en soles, por año)

Costos	2025	2026	2027	2028	2029
TOTAL	S/972,000	S/1,632,960	S/2,500,470	S/3,150,592	S/3,701,946

De otro lado, en función de los ingresos por ventas esperados, en la tabla 14 se exponen los valores de inversión, VAN, TIR y WACC. El proyecto requiere una inversión inicial de S/979,730, para lograr un VAN de S/15'470,297 en los próximos 5 años, que fue descontado con un WACC de 28.155%. Esto implica lograr un TIR de 342.19%.

Tabla 14

Viabilidad Financiera

Detalle	Valor
Inversión	S/979,730
VAN	S/15'470,297
TIR	342.19%
WACC	28.155%.

5.3. Escalabilidad del modelo de negocio

El modelo ExO Canvas, según López (2020), proporciona una hoja de ruta para transformar o crear organizaciones aprovechando la abundancia, alineándolas con un propósito transformador masivo y logrando rendimientos exponenciales, comenzando por la transformación de las personas y avanzando hacia procesos y tecnologías avanzadas.

Aplicado a Blue Amazon, este marco permite estructurar el proyecto de TRC sostenible en el Valle de Aspuzana para lograr una escalabilidad eficiente, integrando estrategias y tecnologías que amplifiquen el impacto mientras se mantiene el compromiso con la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades locales. Al definir cada componente del ExO Canvas, como el propósito, las interfaces digitales, los recursos comunitarios y las métricas de crecimiento, Blue Amazon puede optimizar sus operaciones, desde la capacitación de guías locales hasta la gestión de una plataforma de reservas, asegurando un crecimiento exponencial que equilibre beneficios económicos, sociales y ambientales en la zona de amortiguamiento del PNCAZ.

Tabla 15

ExO

Componente	Detalle
Massive Transformative Purpose (MTP)	<ul style="list-style-type: none"> Preservar y compartir la herencia natural y cultural del Parque Nacional Cordillera Azul.
Información:	<ul style="list-style-type: none"> Datos de Clientes: Recopilación de datos sobre preferencias y comportamientos de los turistas para mejorar servicios, personalización e implementar lo que sea necesario. Impacto Ambiental y Social: Monitoreo del impacto de las actividades en la comunidad y el ambiente, utilizando tecnología para datos en tiempo real.
Personal bajo demanda	<ul style="list-style-type: none"> Contratar a empresas de transporte y guías turísticos locales expertos en ecoturismo freelance, facilitando la escalabilidad sin necesidad de tener trabajadores de planta. Esto permitirá contratar los servicios de estos proveedores de acuerdo con la demanda.
Interfaces	<ul style="list-style-type: none"> Sistema de Gestión de Información que permitirá ingresar proveedores, reservar en línea, realizar pagos, evaluar la calidad de servicio y que el cliente tenga disponibilidad en línea de los servicios disponibles.
Comunidades y Seguidores	<ul style="list-style-type: none"> Creación de una comunidad online de viajeros y entusiastas del ecoturismo que puedan compartir experiencias, consejos y promover la conservación y respeto por la naturaleza Crowdsourcing de ideas y financiamiento para proyectos de conservación a través de plataformas de crowdfunding.
Cuadros de Mando	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de un dashboard para monitorizar en tiempo real las operaciones clave, la satisfacción del cliente y los indicadores de impacto ambiental.

Algoritmos	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de algoritmos para personalizar experiencias de las turistas basadas en sus preferencias pasadas y feedback. • Algoritmos para optimizar la logística y la asignación de recursos en base a la demanda y condiciones locales.
Experimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de viajes de inspección de programas turísticos, actividades y nuevos servicios basados en el feedback y datos recogidos. • Experimentación continua con estrategias de marketing digital para maximizar el alcance y la efectividad.
Activos Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de infraestructura y recursos locales como La Base Azul y servicios de transporte turístico, reduciendo la necesidad de inversiones capitales propias. • Asociaciones con ONGs y entidades gubernamentales para acceder a fondos del estado peruano y recursos de conservación.
Autonomía	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderamiento de equipos locales para tomar decisiones operativas, mejorando la respuesta y adaptabilidad del servicio. • Autonomía en la gestión de recursos y programación de actividades por parte de los guías locales.
Compromiso	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de fidelidad y recompensas para visitantes recurrentes y aquellos que participen activamente en la comunidad y actividades de conservación. • Iniciativas interactivas y educativas que involucren a los visitantes en la conservación y cultura local durante su estancia. • Iniciativas de intercambio con universidades peruanas y extranjeras para que sus alumnos visiten el Valle de Aspuzana.
Social Technologies	<ul style="list-style-type: none"> • Uso intensivo de redes sociales para promover la conciencia ambiental, compartir historias de impacto y atraer nuevos visitantes. • Implementación de tecnologías de VR/AR para experiencias educativas sobre la biodiversidad y cultura del parque.
Implementación	<ul style="list-style-type: none"> • Fase Piloto: Lanzamiento inicial de los paquetes turísticos con evaluación constante y ajuste basado en los resultados y feedback de clientes y guías. • Escalabilidad: Expandir gradualmente la oferta y las operaciones basadas en el éxito de las fases iniciales y la capacidad de adaptación del modelo.

5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio

El proyecto Blue Amazon, enfocado en TRC sostenible en el Valle de Aspuzana dentro del PNCAZ, adopta un enfoque integral alineado con los ODS, asegurando beneficios duraderos para las comunidades locales y la conservación ambiental. En línea con el ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico), Blue Amazon promueve la creación de empleos locales mediante la capacitación de los pobladores en servicios turísticos, como guías, atención al cliente y producción artesanal, generando oportunidades laborales que mejoran la calidad de vida y fomentan el desarrollo económico inclusivo en áreas con acceso limitado al empleo formal. Asimismo, el proyecto se alinea con el ODS 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres) al integrar a las comunidades en actividades de conservación y manejo sostenible, como la protección de la biodiversidad y la promoción de prácticas turísticas responsables, fortaleciendo la relación armónica entre el turismo y la preservación de los ecosistemas del PNCAZ.

Para garantizar la sostenibilidad social, Blue Amazon establecerá indicadores específicos: encuestas semestrales de percepción para medir el impacto social en las comunidades, un sistema de retroalimentación comunitaria con líderes locales para identificar mejoras, y un plan de inclusión social que prioriza la contratación de personal local para roles como guías, trasladistas, choferes y meseros, empoderando a los pobladores y asegurando beneficios equitativos. Este modelo de negocio no solamente asegura la viabilidad comercial a largo plazo, sino que además protege el entorno natural y fortalece las capacidades comunitarias, creando una sinergia entre el turismo sostenible, el desarrollo socioeconómico y la conservación ambiental. Al involucrar activamente a las comunidades en la gestión y los beneficios del proyecto, Blue Amazon se consolida como un referente de TRC que maximiza el impacto positivo en el Valle de Aspuzana y el PNCAZ.

5.5 Resumen del capítulo

Este capítulo describe la implementación del TRC sostenible de Blue Amazon en el Valle de Aspuzana, PNCAZ, colaborando con comunidades y la ONG CIMA. Genera empleos locales (guías, cocineros, artesanos), diversificando ingresos. “La Base Azul” ofrece alojamiento sostenible (camping, comedor, zona VIP, avistamiento de aves), con accesos y señalización educativa. Los paquetes de 4 días (S/ 2,678) incluyen visitas a la Catarata Otorongo, mariposario, Cuevas del Consuelo y Museo del Cacao, fomentando interacción comunitaria. La promoción utiliza una plataforma de reservas, marketing digital y alianzas con operadores. Alineado con los ODS 8 (empleo) y 15 (conservación), establece indicadores sociales (encuestas, contratación local). El ExO Canvas impulsa la escalabilidad, y tras cinco años, el proyecto se transfiere a las comunidades, asegurando impacto económico, social y ambiental sostenible.

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable

Para evaluar la respuesta de los usuarios a la oferta de Blue Amazon, se realizó una encuesta (Apéndice B) a un grupo diverso de viajeros interesados en turismo cultural y sostenible, que ya habían realizado turismo en otros destinos. La encuesta permitió medir indicadores, características, motivaciones, tasas de éxito, comportamientos y satisfacción del usuario. También se realizaron observaciones y entrevistas (Apéndice A).

Luego, se realizó un análisis exhaustivo centrado en tres dimensiones clave: el atractivo de la propuesta, que examina su alineación con las expectativas y necesidades de los turistas para garantizar su relevancia en el mercado; la factibilidad técnica, que analiza los requisitos tecnológicos, como la plataforma de reservas en línea (Apéndice C), y los recursos necesarios para una implementación eficiente; y la viabilidad comercial, que evalúa el potencial de la oferta para sostenerse y expandirse a largo plazo en el competitivo sector del turismo sostenible.

6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución

La validación de la deseabilidad de la solución propuesta por Blue Amazon es crucial para confirmar que su oferta de TRC sostenible satisface las expectativas del mercado. Este proceso evalúa si las experiencias turísticas diseñadas para el Valle de Aspuzana son útiles para atender los requerimientos y preferencias de los usuarios potenciales, asegurando su alineación con las demandas del sector.

6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución

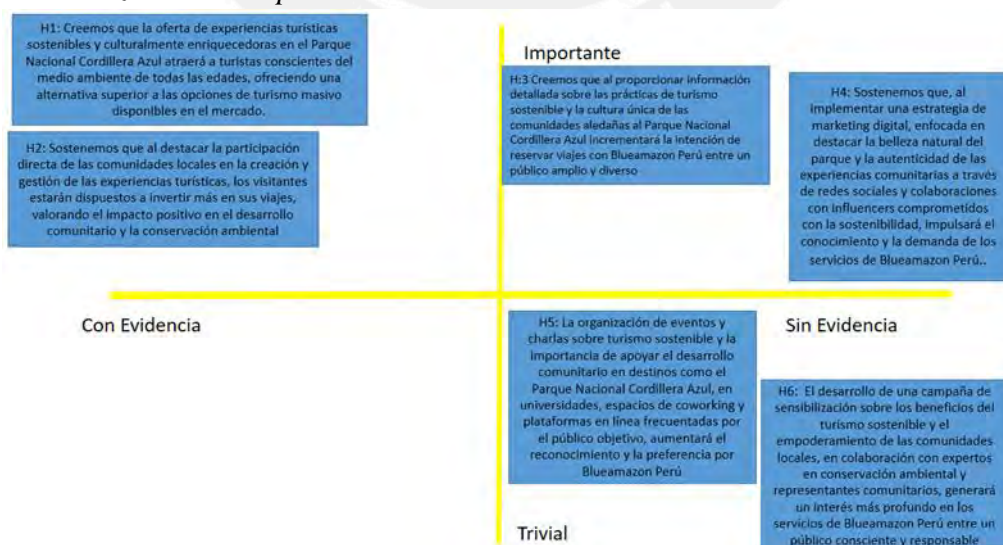
Se propusieron hipótesis específicas basadas en encuestas a comunidades locales y entrevistas con profesionales del MINCETUR, que establecen las bases para pruebas en escenarios reales (Apéndice A). Estas hipótesis, organizadas en una Matriz de Priorización de Hipótesis (Figura N.º 16), analizan cualitativamente su importancia para el negocio y la

evidencia disponible, identificando prioridades para validar la propuesta y optimizar su impacto en el mercado del turismo sostenible.

La Matriz de Priorización (Figura N.º 16) clasifica las hipótesis según su relevancia y respaldo empírico: las hipótesis 1 (atracción de turistas extranjeros de 30 a 65 años conscientes del medio ambiente con experiencias sostenibles) y 2 (disposición de los visitantes a pagar más por experiencias comunitarias que apoyen el desarrollo local) son críticas y cuentan con evidencia suficiente, consolidándolas como pilares del modelo de negocio. Las hipótesis 3 (aumento de reservas mediante información detallada sobre TRC y cultura local) y 4 (impulso de la demanda por medio de canales digitales y colaboraciones con influencers) también son esenciales, pero requieren más evidencia para su validación. Por su parte, las hipótesis 5 (eventos en universidades para aumentar reconocimiento) y 6 (campañas de sensibilización con expertos) se consideran triviales y carecen de evidencia, sugiriendo un menor impacto en el éxito inmediato del negocio. Este análisis permite a Blue Amazon enfocar recursos en estrategias clave que refuercen la deseabilidad de su oferta, promoviendo un crecimiento sostenible en el PNCAZ.

Figura 16.

Matriz de Priorización de Hipótesis



- H1: La oferta de experiencias turísticas sostenibles y culturalmente enriquecedoras en el Parque Nacional Cordillera Azul atraerá a turistas extranjeros de 30 a 65 años conscientes del medio ambiente.
- H2: Al destacar la participación directa de las comunidades locales en la creación y gestión de las experiencias turísticas, los visitantes estarán dispuestos a invertir más en sus viajes, valorando el impacto positivo en el desarrollo comunitario y la conservación ambiental.
- H3: El proporcionar información detallada sobre las prácticas de TRC y la cultura única de las comunidades aledañas al Parque Nacional Cordillera Azul incrementará la intención de reservar viajes con Blue Amazon entre un público amplio y diverso.
- H4: El implementar un canal digital enfocado en destacar la belleza natural del parque y la autenticidad de las experiencias comunitarias a través de redes sociales y colaboraciones con influencers comprometidos con la sostenibilidad, impulsará el conocimiento y la demanda de los servicios de Blue Amazon.
- H5: La organización de eventos y charlas sobre TRC y la importancia de apoyar el desarrollo comunitario en destinos como el Parque Nacional Cordillera Azul, en universidades y plataformas en línea frecuentadas por el público objetivo, aumentará el reconocimiento y la preferencia por Blue Amazon.
- H6: El desarrollo de una campaña de sensibilización sobre los beneficios del TRC y el empoderamiento de las comunidades locales, en colaboración con expertos en conservación ambiental y representantes comunitarios, generará un interés más profundo en los servicios de Blue Amazon entre un público consciente y responsable.

6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución

Para validar las hipótesis de deseabilidad de la oferta de Blue Amazon, se diseñaron experimentos rigurosos enfocados en recopilar datos directos de usuarios potenciales,

permitiendo ajustar la propuesta para alinearla con las expectativas del mercado del TRC sostenible (Apéndice B).

La validación de las hipótesis formuladas en la Matriz de Priorización del Capítulo VI se realizó mediante un enfoque mixto y empírico, que combinó investigación cualitativa y cuantitativa, con énfasis en dos fuentes principales:

i) **Encuestas semiestructuradas** a turistas extranjeros de diferentes nacionalidades (Estados Unidos, Argentina, Australia, Chile y Perú), seleccionados por su interés previo en turismo cultural y sostenible. Estas entrevistas permitieron validar la hipótesis H1 sobre el atractivo de experiencias sostenibles y la hipótesis H2 sobre la disposición a pagar por propuestas con impacto social. El criterio de validación fue que al menos dos tercios de los encuestados respondieran afirmativamente en los indicadores clave.

De esta manera, se realizó una prueba piloto con un grupo diverso de viajeros interesados en turismo cultural y sostenible evaluó la experiencia turística mediante encuestas, observaciones y entrevistas, midiendo indicadores como tiempos promedio de tareas, tasas de error, tasas de éxito y satisfacción del usuario. Las tareas incluyeron participar en actividades diseñadas por Blue Amazon (evaluando autenticidad, impacto comunitario y sostenibilidad), documentar las reacciones de los participantes, la realización de entrevistas para captar opiniones sobre la experiencia y la accesibilidad de la información, la valoración la atención personalizada y el servicio integral. Estos experimentos, que comparan dos recorridos por las comunidades (uno individual y otro con Blue Amazon), requirieron que al menos dos tercios de los encuestados aprueben cada hipótesis para considerarla válida, garantizando resultados objetivos.

ii) **Entrevistas y talleres participativos** con autoridades comunales de los caseríos involucrados (Porvenir, Chambirillo, Nueva Unión y Aspuzana). Estas permitieron identificar la percepción comunitaria sobre los beneficios del modelo Blue Amazon; validar que el

componente de participación local sea percibido como viable, legítimo y deseable desde la visión comunal; confirmar que la solución responde a necesidades locales de inclusión económica y visibilización cultural, fortaleciendo la validez de H2.

Los experimentos específicos incluyeron la integración de servicios (guías locales, actividades culturales, transporte, alimentación) para analizar su valoración por los participantes, la evaluación de las actividades seleccionadas para identificar preferencias, y la recolección de opiniones sobre la interacción con las comunidades y el impacto local percibido. Para la hipótesis H1, que postula que las experiencias sostenibles y culturales atraerán a turistas extranjeros de 30 a 65 años conscientes del medio ambiente, se esperaba que las encuestas (Tabla 16) mostraran alta satisfacción y reacciones positivas hacia las prácticas sostenibles y el impacto comunitario, confirmando una fuerte demanda. Los resultados, obtenidos de entrevistas reportaron una valoración “excelente” del servicio, indicando que los participantes aprecian la autenticidad y los beneficios sociales de la oferta. Este enfoque permite a Blue Amazon optimizar su propuesta, consolidando un modelo de TRC que responde a las necesidades del mercado y refuerza el desarrollo sostenible en el PNCAZ.

Tabla 16

Resultados de la deseabilidad de la Hipótesis 1

Usuario	Participación en Experiencias Turísticas	Observación de Reacciones	Encuesta de Satisfacción (Sí/No)	Evaluación del Servicio Integral
1	Sí	Muy positiva	Sí	Excelente
2	Sí	Positiva	Sí	Muy Buena
3	Sí	Positiva	Sí	Buena
4	Sí	Muy positiva	Sí	Excelente
5	Sí	Neutra	No	Aceptable

Para la hipótesis H2, que plantea que destacar la participación directa de las comunidades locales en la creación y gestión de experiencias turísticas incentivará a los visitantes a invertir más en sus viajes al valorar el impacto positivo en el desarrollo comunitario y la conservación ambiental, los resultados esperados (Tabla 17) muestran que

los usuarios perciben una integración efectiva de los servicios turísticos, expresan alta satisfacción con las actividades realizadas y ofrecen retroalimentación positiva sobre la interacción con las comunidades, manifestando una clara disposición a invertir en experiencias personalizadas. Esta valoración del impacto social y ambiental, junto con el reconocimiento del valor agregado de Blue Amazon, confirma la efectividad de su propuesta de valor en el mercado del TRC, consolidando un modelo que no solo atrae a turistas conscientes, sino que también fortalece el desarrollo sostenible y la conservación en el PNCAZ.

Tabla 17
Resultados de la Deseabilidad de la Hipótesis 2

Usuario	Integración de Servicios en la Experiencia Turística	Evaluación de Actividades Seleccionadas	Feedback sobre la Comunidad y el Impacto Local	Disposición a Invertir en Experiencias Personalizadas
1	Sí	Altamente satisfactorias	Muy Positivo	Sí
2	Sí	Satisfactorias	Positivo	Sí
3	Sí	Satisfactorias	Positivo	No
4	Sí	Altamente satisfactorias	Muy Positivo	Sí
5	Sí	Moderadamente satisfactorias	Neutro	Sí

Las tablas 16 y 17 incluidas en la tesis contienen los resultados codificados de estas validaciones. Se concluyó que: H1 y H2 fueron validadas con evidencia empírica suficiente, ya que 80% de los encuestados mostraron satisfacción y disposición de inversión. Asimismo, las entrevistas a autoridades confirmaron el alineamiento del modelo con intereses locales, consolidando la deseabilidad social. Adicionalmente, el uso de la Matriz de Priorización de Hipótesis permitió jerarquizar y focalizar los recursos de validación en aquellas hipótesis con mayor impacto estratégico, integrando así las opiniones de turistas y representantes locales bajo un marco estructurado de análisis.

6.2. Validación de la factibilidad de la solución

La validación de la factibilidad de Blue Amazon se centra en transformar ideas innovadoras en servicios turísticos sostenibles, analizando con profundidad cómo implementar la oferta de TRC en el Valle de Aspuzana de manera operativa y adaptable al

mercado. Esta fase evalúa los recursos tecnológicos, como la plataforma de reservas, y los procesos logísticos necesarios para garantizar una ejecución eficiente, asegurando que el modelo sea escalable y competitivo en el sector del turismo sostenible.

6.2.1. Plan de Mercadeo

Esta fase evalúa los recursos tecnológicos, como la plataforma de reservas, y los procesos logísticos necesarios para garantizar una ejecución eficiente, asegurando que el modelo sea escalable y competitivo en el sector del turismo sostenible (Apéndice C). El plan de mercadeo, como pilar estratégico, define acciones para posicionar la marca, difundir los servicios y concienciar sobre los beneficios del TRC, destacando su contribución al desarrollo comunitario y la conservación ambiental en el PNCAZ, consolidando así un enfoque que equilibra viabilidad comercial con impacto social.

El plan de mercadeo establece objetivos ambiciosos: incrementar un 20% las reservas de turistas de niveles socioeconómicos A y B de Lima y visitantes internacionales, elevar un 30% la participación en redes sociales sobre TRC y conservación en 12 meses, y aumentar un 20% las visitas de extranjeros a Tarapoto. El público objetivo abarca hombres (70%) y mujeres (30%) de 25 a 50 años, provenientes de Lima y el extranjero, con interés en aventura, naturaleza, cultura y sostenibilidad, que buscan experiencias auténticas y responsables, investigando previamente a las empresas turísticas. Este perfil, definido mediante análisis de mercado, orienta las tácticas para captar a viajeros conscientes que valoren la propuesta única de Blue Amazon.

Las estrategias de marketing incluyen la creación de contenido educativo (videos, infografías) que resalte la biodiversidad y la importancia de la conservación, campañas digitales para promocionar las áreas protegidas, y la obtención de certificaciones de seguridad para generar confianza. Se difundirán relatos de viajeros satisfechos, se ofrecerán paquetes personalizados (aventura, avistamiento de aves, inmersión cultural) y se implementará email

marketing basado en preferencias de clientes previos. Las alianzas con influencers, agencias de viajes nacionales e internacionales, y guías locales freelance enriquecerán la experiencia y amplificarán la visibilidad. La medición se realizará mediante análisis de engagement en redes sociales y la web, encuestas de satisfacción post-viaje y el retorno de inversión (ROI) de las campañas, permitiendo ajustes continuos para optimizar el impacto de Blue Amazon en el mercado del TRC sostenible.

El marketing mix de Blue Amazon, diseñado para posicionar sus experiencias de TRC sostenible en el Parque Nacional Cordillera Azul, refleja un compromiso con la autenticidad, la sostenibilidad y el impacto positivo en las comunidades locales. Este enfoque estratégico alinea producto, precio, plaza y promoción para atraer a viajeros conscientes que valoran experiencias culturales y naturales responsables. Al integrar prácticas respetuosas con el medio ambiente y beneficios socioeconómicos para el Valle de Aspuzana, el marketing mix no solo responde a las tendencias del mercado turístico, sino que también fortalece la competitividad de Blue Amazon, consolidando su propuesta como una opción líder para quienes buscan aventuras significativas y sostenibles en el PNCAZ.

El **producto** de Blue Amazon trasciende los paquetes turísticos convencionales, ofreciendo experiencias inmersivas que conectan a los viajeros con la cultura y la biodiversidad de la región. Estas incluyen alojamiento en instalaciones sostenibles, transporte local seguro, comidas elaboradas con ingredientes tradicionales y guías expertos que destacan las tradiciones y la riqueza natural del Valle de Aspuzana. En cuanto al **precio**, las tarifas están estructuradas para reflejar el valor exclusivo de estas experiencias, justificadas por la alta calidad, la autenticidad y el impacto directo en la conservación ambiental y el desarrollo comunitario. Este enfoque asegura que los precios sean competitivos, atractivos para el público objetivo y sostenibles para las comunidades locales.

La **plaza** (distribución) se centra en canales accesibles y eficientes para comercializar las experiencias de Blue Amazon. La página web de la empresa facilita reservas y pagos en línea, ofreciendo información detallada para una experiencia de compra fluida. Además, se establecen alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales especializadas en TRC, ampliando el alcance a mercados clave. La presencia en agencias de viajes online (OTAs) incrementa la visibilidad y accesibilidad, atrayendo a viajeros globales interesados en destinos sostenibles. Esta combinación de canales directos e indirectos optimiza la distribución, asegurando que la oferta llegue al público objetivo de manera efectiva.

La **promoción** de Blue Amazon prioriza la autenticidad y la sostenibilidad, utilizando estrategias digitales y tradicionales para captar la atención de viajeros conscientes. En redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, se difunden relatos visuales, testimonios de viajeros y contenido que resalta la belleza natural y cultural del PNCAZ. Colaboraciones con influencers especializados en viajes y sostenibilidad amplifican el impacto, mostrando el valor social y ambiental de las experiencias. Campañas de publicidad en línea, optimizadas con SEO, mejoran la visibilidad en búsquedas relacionadas con TRC, mientras que las relaciones públicas con medios de comunicación destacan las iniciativas de responsabilidad social. Este enfoque integral posiciona a Blue Amazon como la opción preferida para turistas que buscan experiencias seguras, culturales y respetuosas con el entorno, alineándose con las demandas del mercado actual.

Para la hipótesis H3, que sostiene que proporcionar información detallada sobre las prácticas de TRC y la cultura única de las comunidades cercanas al PNCAZ incrementará la intención de reservar viajes con Blue Amazon entre un público amplio y diverso, se espera que la combinación de una oficina de ventas en Tarapoto, colaboraciones con agencias de viajes y una sólida presencia en línea genere confianza y seguridad en los turistas. Esta estrategia fortalece la visibilidad de la empresa tanto en el ámbito físico como virtual,

facilitando el acceso a información relevante y reforzando la credibilidad de la oferta. Los resultados, al incrementar la intención de reserva, validan la importancia de una comunicación clara y multicanal que resalte el valor cultural y sostenible de las experiencias, posicionando a Blue Amazon como una opción atractiva para viajeros nacionales e internacionales.

En cuanto a la hipótesis H4, que plantea que un canal digital enfocado en destacar la belleza natural del PNCAZ y la autenticidad de las experiencias comunitarias, a través de redes sociales y colaboraciones con influencers comprometidos con la sostenibilidad, impulsará el conocimiento y la demanda de los servicios de Blue Amazon, se anticipa un aumento significativo en la visibilidad en línea y el alcance de audiencias interesadas. Las colaboraciones con influencers amplificarán la percepción de autenticidad y responsabilidad, generando mayor interés y demanda por las experiencias ofrecidas. Estos resultados refuerzan la efectividad de una estrategia digital bien ejecutada, que no solo promociona la oferta, sino que también alinea los valores de Blue Amazon con las expectativas de un público consciente, contribuyendo al crecimiento sostenible del TRC en el Valle de Aspuzana.

6.2.2. Plan de Operaciones

El plan de operaciones de Blue Amazon establece una estrategia integral para implementar experiencias de TRC sostenible en el Parque Nacional Cordillera Azul, asegurando que cada aspecto del servicio sea auténtico, enriquecedor y beneficioso para las comunidades locales mientras respeta el entorno natural. Este enfoque operativo abarca la gestión de reservas, la colaboración con comunidades, la logística de los tours, la implementación de prácticas sostenibles, la seguridad, el control de calidad y la integración de tecnología, garantizando una ejecución eficiente y alineada con los principios de sostenibilidad. Al optimizar recursos y procesos, Blue Amazon busca consolidar un modelo

operativo escalable que maximice la satisfacción del turista y el impacto positivo en el Valle de Aspuzana, reforzando su competitividad en el mercado del turismo sostenible.

La gestión de reservas y atención al cliente se basa en una plataforma en línea robusta y fácil de usar, integrada en el portal de Blue Amazon, que permite realizar reservas y pagos seguros. Un sistema de soporte multicanal (chat en tiempo real, email y teléfono), disponible 24/7, ofrece información detallada y resuelve dudas, mejorando la experiencia del usuario. En cuanto a la colaboración con comunidades locales, se establecerán acuerdos equitativos para codesñar experiencias turísticas, asegurando beneficios mutuos. Programas de capacitación en atención al cliente, sostenibilidad y gestión turística empoderarán a los pobladores, garantizando servicios de alta calidad que reflejen la autenticidad cultural del PNCAZ y fortalezcan el desarrollo comunitario.

La logística de los tours prioriza el transporte seguro mediante alianzas con proveedores locales confiables, asegurando desplazamientos eficientes hacia y desde el parque. Los itinerarios, cuidadosamente diseñados, combinan actividades culturales y de aventura para optimizar el tiempo de los visitantes, minimizando el impacto ambiental. Las prácticas sostenibles incluyen la gestión adecuada de residuos, el uso de energías renovables y acciones de conservación de la biodiversidad, con mecanismos de monitoreo continuo para evaluar y mejorar su eficacia. Estas iniciativas refuerzan el compromiso de Blue Amazon con la preservación del entorno natural y el desarrollo sostenible del Valle de Aspuzana.

La seguridad y la calidad son fundamentales, con protocolos estrictos para cada actividad turística, cumpliendo normativas locales e internacionales, y evaluaciones regulares de servicios e instalaciones en colaboración con comunidades y proveedores. En el ámbito de la tecnología e innovación, Blue Amazon integrará herramientas como aplicaciones móviles con guías interactivas, soporte en tiempo real y geolocalización, enriqueciendo la experiencia del visitante. La innovación constante en nuevas actividades, que resalten la riqueza cultural

y natural, mantendrá a Blue Amazon a la vanguardia del TRC, asegurando una oferta dinámica y atractiva que consolida su liderazgo en el turismo sostenible del PNCAZ.

Para la hipótesis H5, que plantea que la organización de eventos y charlas sobre TRC y el desarrollo comunitario en destinos como el PNCAZ, realizados en universidades y plataformas en línea frecuentadas por el público objetivo, incrementará el reconocimiento y la preferencia por Blue Amazon, se espera que estas actividades incrementen la visibilidad de la marca entre audiencias interesadas en turismo sostenible. Los eventos, al destacar la autenticidad de las experiencias y su afectación positiva en las comunidades locales, generarán mayor interés y preferencia por los servicios de Blue Amazon, especialmente entre jóvenes y profesionales conscientes. Este resultado, aunque clasificado como trivial en la Matriz de Priorización (Figura N.º 16), contribuirá a construir una base de apoyo a largo plazo, posicionando a Blue Amazon como un referente en TRC sostenible en el Valle de Aspuzana.

En cuanto a la hipótesis H6, que sostiene que una campaña de sensibilización sobre los beneficios del TRC y el empoderamiento comunitario, desarrollada con expertos en conservación y representantes locales, generará un interés más profundo en los servicios de Blue Amazon entre un público consciente, se anticipa que la promoción de los valores ambientales y los ODS asociados a la oferta incrementará su exposición y demanda. Al destacar el respeto por el medio ambiente y el impacto social, la campaña conectará con viajeros responsables, fortaleciendo la percepción de Blue Amazon como una opción ética y atractiva. Aunque considerada trivial en la Matriz de Priorización, esta estrategia apoyará el crecimiento del TRC en el PNCAZ, consolidando su relevancia en el mercado sostenible

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Ejercicio de simulación del plan de marketing para Blue Amazon Para comprobar la eficacia del plan de marketing, se utilizará la relación positiva entre el Valor del Tiempo de

Vida del Cliente (VTVC) y el Costo de Adquisición del Cliente (CAC). Esto requerirá evaluar si el gasto en marketing destinado a la captación de clientes está bien equilibrado, garantizando que la inversión realizada por cada cliente genere beneficios sustanciales. Para evaluar este aspecto en el entorno de Blue Amazon, se recurrirá a indicadores clave como el Costo de Adquisición del Cliente (CAC) y el Valor del Tiempo de Vida del Cliente (VTVC).

Es importante señalar que el CAC se calcula de dividir monto total destinado a marketing entre el total de nuevos clientes obtenidos. En términos de CAC, Blue Amazon ha destinado un gasto en marketing de S/ 480,000 en el primer año. Durante este periodo, la empresa ha atraído a 2,160 clientes nuevos, resultando en un CAC de S/ 222.22 por cliente. Este indicador es importante, ya que refleja el costo efectivo de Obtener cada cliente nuevo por medio de las estrategias de marketing implementadas. Dentro de las estrategias sugeridas para reducir el CAC se encuentra impulsar el eWOM entre los clientes, ya que es un método efectivo para obtener nuevos clientes, con un menor costo. Asimismo, se espera difusión por parte de las plataformas del estado. De esta manera, en el largo plazo se podrá reducir el gasto en marketing e incrementar la cantidad de nuevos clientes captados.

De otro lado, el VTVC es resultado de dividir el EBITDA entre la cantidad de clientes obtenidos en un año. Sobre este indicador, se observa que el EBITDA generado en el mismo periodo es de S/2'904,215. Considerando que los clientes son 2,160, el Valor Total del Tiempo de Vida del Cliente (VTVC) generado por los clientes adquiridos asciende a S/1344 (ver tabla 18).

Tabla 18
Cálculo del VTVC y CAC Iniciales

Detalle	CAC	VTVC
Gasto en marketing	480,000 soles	-
Cientes 1er año	2,160 personas	2,160 personas
CAC	222.22 soles	-
EBITDA	-	2'904,215 soles
VTVC	-	1,344 soles
Relación VTVC/CAC	6.05 soles	

En lo que respecta a la H7, que indica que la estrategia de marketing desarrollada por Blue Amazon logrará una relación VTVC/CAC superior a 3.4x, se espera que al analizar la relación entre el VTVC y el CAC, el VTVC sea siempre superior al CAC para garantizar que el valor generado es mayor al costo incurrido para atraer al cliente. Esta métrica permite optimizar la estrategia de marketing al asegurar que la inversión propuesta para adquirir clientes se traduzca en ganancias sostenidas en el largo plazo. Sobre esta relación, Blue Amazon presenta una proporción de 6.05, superando la meta de 3:1 establecida inicialmente. Esto muestra que, por cada Sol invertido en la adquisición de un cliente, Blue Amazon está generando un retorno de S/6.05 a lo largo del tiempo de vida de dicho cliente (Ver tabla 19); sin embargo, este valor es un cálculo inicial, mediante la simulación de Monte Carlo generando 5,000 iteraciones de la ratio se comprobará la hipótesis.

Tabla 19
Simulación Monte Carlo de hipótesis Marketing

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	6.05 soles	222.22 soles	1,344 soles
Primera simulación	15'470,297 soles		
Promedio 5000 Simulaciones	8'233,136 soles		
DE	4'870,845 soles		
Mínimo	23,149 soles		
Máximo	16'384,528 soles		
Alta eficiencia >3.65	79.1%		

Siguiendo las metodologías correspondientes, Blue Amazon realizó una simulación de Monte Carlo con 5,000 iteraciones para anticipar la correlación futura entre el Valor del Tiempo de Vida del Cliente (VTVC) y el Costo de Adquisición del Cliente (CAC). Este método analítico avanzado predijo una ratio medio esperado de 6 a 1 para el VTVC frente al CAC, un resultado significativamente superior al umbral óptimo de 3 a 1. Esta proporción favorable indica que, por cada Sol gastado en la adquisición de un nuevo cliente, Blue Amazon podría esperar un retorno de S/6.05 por cada sol invertido a lo largo del tiempo de vida del cliente. Esta proyección indica que la estrategia de marketing de Blue Amazon tiene la capacidad de generar ingresos significativos en comparación con las inversiones realizadas

a lo largo de un periodo de cinco años. Asimismo, los resultados de la simulación muestran una probabilidad de éxito del 79.1%, lo que resalta la robustez y el potencial de rentabilidad del plan de marketing de la empresa.

6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución

En el presente segmento se llevan a cabo evaluaciones detalladas para asegurar la sostenibilidad financiera y operativa del modelo de negocio.

6.3.1. Presupuesto de Inversión

La inversión total asciende a S/ 979,730, que se desglosa de la siguiente manera: S/ 180,800 en activos fijos, S/15,000 en activos intangibles, y S/783,930 en capital de trabajo (ver Tabla 20). Esta inversión es suficiente para iniciar operaciones y generar un margen de rentabilidad significativo.

Tabla 20

Plan de inversión

Inversión total							
Ítem	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal	IGV	Total Soles
1					803,379	176,351	979,730
1.1	Inversión en activos fijos	1	1		148,256	32,544	180,800
1.2	Inversión en activos intangibles	1	1		12,300	2,700	15,000
1.3	Inversión en capital de trabajo	1	1		642,823	141,107	783,930

En la tabla 21 se indica que la inversión en equipos asciende a S/149,100 y la inversión en equipos de oficina suma un total de S/31,700. Con ello, se espera adquirir una VAN, paneles solares, carpas para acampar, bolsas de dormir para acampar y tachos de basura. Asimismo, se consideran las laptops, impresoras, tv led, lockers, muebles, celulares y materiales de oficina necesarios para equipar la oficina de trabajo, que estará ubicada en Tarapoto.

Tabla 21

Inversión en activos fijos

Inversión en activos fijos							
Ítem	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal	IGV	Total Soles
1	Inversión equipos				122,262	26,838	149,100

1.1	Vehículo VAN	Unidad	2	60,000	98400	21,600	120,000
1.2	Paneles solares	Unidad	5	3,000	12300	2,700	15,000
1.3	Carpas	Unidad	25	200	4100	900	5,000
1.4	Bolsas de dormir	Unidad	90	90	6642	1,458	8,100
1.5	Tachos de basura	Unidad	10	100	820	180	1,000
2	Equipo de oficina				25,994	5,706	31,700
2.1	Laptop	Unidad	4	3,500	11480	2,520	14,000
2.2	Impresoras	Unidad	2	800	1312	288	1,600
2.3	Tv Led	Unidad	1	2,700	2214	486	2,700
2.4	Lockers	Unidad	1	800	656	144	800
2.5	Muebles	Unidad	3	1,200	2952	648	3,600
2.6	Celulares	Unidad	5	1,200	4920	1,080	6,000
2.7	Material de oficina	Mensual	12	250	2460	540	3,000

En la tabla 22 se presenta la inversión a realizarse sobre los activos intangibles. Estos importes suman un total de S/15,000, y corresponden a los Gastos en trámites de constitución, la licencia de funcionamiento, el desarrollo de la página web y la membresía para ser parte de Marca Perú.

Tabla 22
Inversión en activos intangibles

Inversión en activos intangibles							
Ítem	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal	IGV	Total Soles
1					12,300	2,700	15,000
1.1	Gastos en trámites de constitución	unitario	1	1,500	1230	270	1,500
1.2	Licencia de funcionamiento	unitario	1	1,000	820	180	1,000
1.3	Página web	unitario	1	10,000	8,200	1800	10,000
1.4	Marca Perú	unitario	1	2,500	2050	450	2,500

En la tabla 23 se detalla el capital de trabajo, que se desagrega en Local de ventas S/70,800, Personal Administrativo S/217,200, Acuerdo con CIMA S/13,500, Marketing S/480,000 y gastos de vehículos S/3,150. El acuerdo con CIMA engloba dos puntos de interés: el alquiler de la zona de descanso, que implica un desembolso mensual de S/1,000; y, un abono de S/1,500 para la implementación de una zona de descanso. Este último abono corresponde al 50% del valor total necesario para la habilitación del área; el 50% restante será financiado por la ONG CIMA.

Tabla 23
Inversión en capital de trabajo

Inversión en capital de trabajo							
Ítem	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal	IGV	Total Soles

1 Local de ventas				57,466	12,614	70,080	
1.1	Alquiler oficina	Mensual	12	4,500	44,280	9,720	54,000
1.2	Anticipo Alquiler	Mensual	2	4,500	7,380	1,620	9,000
1.3	Energía eléctrica	Mensual	12	120	1,181	259	1,440
1.4	Agua y alcantarillado	Mensual	12	80	787	173	960
1.5	Internet	Mensual	12	90	886	194	1,080
1.6	Limpieza	Mensual	12	100	984	216	1,200
1.7	Teléfono	Mensual	60	40	1,968	432	2,400
2 Administrativo				178,104	39,096	217,200	
2.1	Remuneración Gerente General	Mensual	12	4,500	44280	9720	54000
2.2	Remuneración Jefe de Operaciones	Mensual	12	3,000	29520	6480	36000
2.3	Remuneración Vendedores	Mensual	24	2,200	43296	9504	52800
2.4	Remuneración Choferes	Mensual	24	2,000	39360	8640	48000
2.5	Remuneración Personal de Marketing	Mensual	12	2,000	19680	4320	24000
2.6	Mantenimiento de plataforma digital	Mensual	12	200	1968	432	2400
3 Acuerdo con CIMA				11,070	2,430	13,500	
3.1	Zona de camping	Mensual	12	1,000	9840.00	2160.00	12000.00
3.2	Zona de descanso (50%)	Mensual	1	1,500	1230.00	270.00	1500.00
4 Marketing				393,600	86,400	480,000	
4.1	Marketing	Mensual	12	40,000	393600	86400	480000
5 Vehículos				2,583	567	3,150	
5.1	Mantenimiento	Semestral	6	400	1,968	432	2,400
5.2	SOAT	Anual	3	100	246	54	300
5.3	Revisión técnica	Anual	3	150	369	81	450

6.3.2. Análisis Financiero

El proyecto incluye una inversión de S/ 979,730 soles, que incluye un préstamo de S/391,892, que se pagará en tres años y que genera intereses. Este préstamo utiliza un interés anual del 25%, con cuotas niveladas de S/ S/15,072.80 soles; por tanto, genera un interés total de S/150,728.69 soles por los tres años. Este préstamo no está sujeto a garantías hipotecarias. En la Tabla 24 se presenta el Flujo de Caja Libre, en donde se observa que para el primer año el Flujo Financiero es de S/2'435,947, y crece significativamente a S/12'363,970 para el quinto año.

Tabla 24

Flujo de caja libre

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE INVERSIONES	979,730	-	-	-	-	-
INGRESOS		4'861,945	8'168,067	12'507,353	15'759,265	18'517,136
Paquete 2 toda la experiencia		4'861,945	8'168,067	12'507,353	15'759,265	18'517,136
COSTO DE VENTAS		972,000	1'632,960	2'500,470	3'150,592	3'701,946
Paquete 2 toda la experiencia		972,000	1'632,960	2'500,470	3'150,592	3'701,946

UTILIDAD BRUTA	3'889,945	6'535,107	10'006,883	12'608,673	14'815,190
Gastos operativos	985,730	911,377	955,111	1'000,877	1,083,477
Depreciación	30,275	36,275	42,275	48,275	54,275
UTILIDAD OPERATIVA	2'873,940	5'587,456	9'009,497	11'559,520	13'677,439
Impuesto a la Renta 10%	287,394	558,746	900,950	1'155,952	1'367,744
NOPAT	2'586,546	5'028,710	8'108,548	10'403,568	12'309,695
Depreciación	30,275	36,275	42,275	48,275	54,275
FLUJO DE CAJA LIBRE	-979,730	2'616,821	5'064,985	8'150,823	10'451,843
FINANCIAMIENTO NETO	-	180,874	180,874	180,874	-
. Amortización Préstamo	102,791	128,489	160,611		
. Amortización Intereses	78,082	52,384	20,262		
FLUJO FINANCIERO	-979,730	2'435,947	5'245,859	8'331,696	10'451,843
					12'363,970

6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis

Para efectos de validar la siguiente hipótesis se han considerado los siguientes supuestos: El VAN debe ser superior a los S/ 3'650,000 soles; el TIR debe ser positivo; el WACC, debe ser menor a 30%; el EBITDA, debe ser positivo; el margen de riesgo, menor al 25%; las iteraciones de Montecarlo deben ser 5000. Además, para determinar la probabilidad de fracaso se asumió los escenarios de las iteraciones en las que el VAN era inferior a S/3'650,000; por tanto, la probabilidad de éxito es: 1-probabilidad de fracaso. En la Tabla 25 se presenta las distribuciones asumidas.

Tabla 25
Distribuciones asumidas

	P(x)	Límite inf	Lím Sup
0.1	0.05	0.00	0.05
0.3	0.1	0.05	0.15
0.5	0.15	0.15	0.30
0.7	0.2	0.30	0.50
0.8	0.35	0.50	0.85
0.9	0.1	0.85	0.95
1	0.05	0.95	1.00

Con el objetivo de evaluar la solidez financiera del proyecto Blue Amazon, se aplicaron simulaciones de Monte Carlo sobre las proyecciones de flujo de caja

correspondientes al periodo de cinco años. A partir de estos análisis se planteó la siguiente hipótesis: H9: Se anticipa que Blue Amazon logrará la rentabilidad estimada, obteniendo un Valor Actual Neto (VAN) que superará los S/3'650,000 soles, y esto se logrará manteniendo un margen de riesgo inferior al 21%. Asimismo, se ha estimado la probabilidad de que el Valor Actual Neto no alcance la cifra de S/3'650,000 soles y se ha diseñado nuestros pronósticos financieros para que esta eventualidad se mantenga por debajo del umbral del 21% (ver Tabla 26). En la tabla 22 se presenta la Simulación del VAN, que se espera alcance los S/15'470,297, con un TIR de 334%, y un WACC de 28.155%

Tabla 26
Simulación del VAN

Años	Inicio	1	2	3	4	5
Flujo de caja neto	-979,730	2,616,821	5,064,985	8,150,823	10,451,843	12,363,970
WACC	28.155%					
Valor Actual Neto (VAN)	15,470,297					
Tasa Interna de Retorno (TIR)	334%					
Período de retorno (en años)	1					

6.4 Resumen del capítulo

Este capítulo analiza la oferta de TRC sostenible de Blue Amazon en el Valle de Aspuzana, PNCAZ, confirmando su deseabilidad con pruebas que atraen turistas (30-65 años) y fomentan inversión por impacto comunitario, aunque otras hipótesis necesitan evidencia. La factibilidad incluye un plan de mercadeo para aumentar reservas (20%) y engagement (30%), con contenido digital, influencers y alianzas, un marketing mix de experiencias auténticas, precios competitivos, distribución en línea y promoción, y operaciones con reservas, colaboración comunitaria, logística, sostenibilidad y tecnología. La viabilidad financiera valida una relación VTVC/CAC de 6.05x (CAC S/222.22, VTVC S/1,344) con simulación Monte Carlo (79.1% éxito), inversión de S/979,730, y flujo de caja de S/2,435,947 a S/12,363,970 en cinco años, asegurando un modelo escalable y sostenible.

Capítulo VII. Solución Sostenible

En el Capítulo VII se explora en profundidad el concepto de "Blue Amazon" como una alternativa sostenible dentro del sector turístico. Se analiza su impacto desde una perspectiva social, considerando su viabilidad y valor para la comunidad. A través de esta evaluación, se examinan los beneficios y costos sociales asociados, con el fin de evidenciar cómo esta iniciativa no solo transforma la manera de viajar, sino que también impulsa mejoras en la calidad de vida de las poblaciones involucradas.

7.1. Relevancia social de la solución

El proyecto "Blue Amazon", centrado en ofrecer experiencias de turismo de aventura con un enfoque sostenible y en estrecho vínculo con comunidades indígenas, muestra una alineación significativa con diversos ODS establecidos por las Naciones Unidas. De manera especial, hay dos de estos objetivos que se relacionan directamente con la perspectiva y las acciones que impulsa esta iniciativa:

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico - Este objetivo promueve el impulso de políticas turísticas que favorezcan la creación de empleo, impulsa la preservación de la cultura local y la valorización de productos locales. En ese marco, "Blue Amazon" aporta significativamente mediante la generación de puestos de trabajo en comunidades rurales, asegurando condiciones laborales adecuadas y posicionando a la industria de los viajes como un motor de desarrollo económico.

ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres - Centrado en la conservación y gestión responsable de los recursos naturales, este ODS busca detener la degradación de la tierra y proteger la biodiversidad. "Blue Amazon", al operar en ambientes naturales como el Parque Nacional Cordillera Azul, promueve prácticas de turismo consciente que priorizan la preservación de los ecosistemas, sensibilizan al visitante y fomentan el manejo consciente de los ecosistemas y especies locales como parte integral de la experiencia turística.

La tabla 27 presenta el análisis del ecosistema del TRC en el PNCAZ del Perú. Este Canvas se organiza en bloques temáticos que permiten examinar los factores que inciden en el avance del TRC, así como las existencias biofísicas que están disponibles, los procesos tecnológicos de gobierno, los stakeholders y sus relaciones, sumado a los servicios que sostienen el sector turístico.

En el bloque de economía en el TRC se detallan los procesos necesarios, la creación de valor, los stakeholders involucrados, los canales de comercialización, así como las metas y beneficios. Sobre los procesos, se promoverán alianzas con las comunidades locales, con las autoridades, las ONGs y con proveedores turísticos. De otro lado, sobre la co-creación de valor, las experiencias turísticas son participativas, e involucren los conocimientos y culturas de las comunidades. Por otro lado, existe el riesgo de la destrucción de valor, esto sería viable si se realizan malas prácticas turísticas que dañen el entorno; asimismo, sería consecuencia de generar conflictos con las comunidades y/o entrar en contacto directo con las comunidades protegidas y/o que no desean ser contactadas. En lo referente a las personas; sobre las relaciones, se han establecido relaciones sociales entre y con los turistas, estas comunidades generan confianza y compromiso mutuo; mientras que, sobre los actores clave, son los turistas, los grupos locales, las autoridades y las asociaciones medioambientales. Además, sobre la gobernanza, se ha de cumplir con las normativas ambientales y turísticas, y se fomentarán procesos participativos y transparentes.

En lo referido a los actores del ecosistema, se consideran las comunidades locales, las autoridades gubernamentales, las ONGs; asimismo, sobre las necesidades generales de estas, se basan en el desarrollo económico sostenible, la conservación ambiental y el incremento en las condiciones de vida de las comunidades. Sobre los canales de comunicación, la plataforma online de “Blue Amazon” servirá como canal principal para la promoción y reserva de los servicios. Asimismo, está la agencia de viajes ubicada en Tarapoto. Por último,

están las comunidades de redes sociales. Por último, sobre las metas, se busca trabajar de forma alineada con los ODS 8 y ODS 15. Asimismo, se tienen como beneficios la generación de empleo local, el desarrollo económico sostenible, la conservación de la biodiversidad.

Sobre el bloque Sociedad, respecto al apartado de Recursos, se utilizará la tecnología de la plataforma online para conectar con las comunidades de turistas a través de los canales digitales. Asimismo, se emplearán equipos informáticos para que las comunidades participen activamente en el entorno digital. Sobre las actividades clave, se impulsará el desarrollo y promoción de programas turísticos, lo que implica un trabajo conjunto de las comunidades locales, quienes incorporarán su cultura, costumbres y entornos. Por último, sobre el bloque medio ambiente, en lo referido a las existencias biofísicas, se toma en consideración la Reserva Natural del PNCAZ, así como la flora y fauna de la región. Sobre los servicios ecológicos ofrecidos, se hace especial énfasis en la biodiversidad, la regulación del clima y del disfrute de los servicios de TRC. Sobre los costos, los impactos negativos son las emisiones de CO₂ por consumo energético.

En la Tabla 28 se presentan las metas a las que Blue Amazon que se alinean con los ODS 8. Estos objetivos se integran de forma transversal y coherente con los ejes económicos, sociales y ambientales. Así, por ejemplo, sobre el eje económico la meta 8.3 habla de integrar productos, servicios y conocimientos en las experiencias turísticas; mientras que la meta 8.1 habla de la colaboración con las entidades bancarias para facilitar el acceso al crédito y servicios financieros. De otro lado, sobre el eje ambiental, la meta 8.4 expone el fomento de las iniciativas de conservación, como el uso racional de recursos y la gestión de desperdicios; mientras que la meta 8.9, que es complementaria, habla del crecimiento económico garantizando la conservación natural y cultural. Por último, sobre el eje social, la meta 8.5 expone la generación de empleos locales e inclusivos; mientras que la meta 8.8 establece los estándares laborales éticos, a todo nivel.

Tabla 27
Flourishing Business Canvas

En el Perú no existe fomento del Turismo Rural Comunitario en el Parque Nacional Cordillera Azul						
Medio ambiente	Sociedad					
	ECONOMIA					
Existencias biofísicas	Procesos		Valor	Personas		Actores del ecosistema
	Recursos	Alianzas	Co-creación del valor	Relaciones	Actores clave	
Reserva natural del Parque Nacional Cordillera Azul	Tecnología de plataforma online	Alianzas con comunidades locales	Experiencias turísticas personalizadas	Relaciones con turistas y clientes	Turistas	Comunidades locales
Flora y fauna autóctona de la región	Equipos informáticos y de comunicación	Colaboración con autoridades locales y organizaciones ambientales	Participación de la comunidad local en el desarrollo de programas turísticos	Relación con comunidades locales	Comunidades locales	Autoridades gubernamentales
	Conocimientos sobre TRC	Asociaciones con proveedores de servicios turísticos	Creación de valor compartido con las comunidades locales	Colaboración con autoridades y organizaciones locales	Autoridades gubernamentales	Organizaciones no gubernamentales
					Organizaciones ambientales	Empresas turísticas
Servicios Ecológicos	Actividades	Gobernanza	Destrucción del valor	Canales		Necesidades
Biodiversidad	Desarrollo y promoción de programas turísticos	Cumplimiento de regulaciones ambientales y turísticas	Daño ambiental por malas prácticas turísticas	Plataforma online Blue Amazon		Desarrollo económico sostenible
Regulación del clima	Capacitación de personal en turismo responsable	Participación en procesos de toma de decisiones locales	Impacto negativo en la cultura y tradiciones locales	Agencias de viajes asociadas		Conservación ambiental
Recreación y TRC	Interacción y participación con comunidades locales	Transparencia en las operaciones y gestión de la plataforma	Conflictos con comunidades indígenas y autoridades locales	Redes sociales y marketing digital		Mejora de la calidad de vida de las comunidades locales
Costos		Metas		Beneficios		
Emisiones de CO2 por consumo energético		Contribución a la conservación de la vida terrestre (ODS 15)		Impulso al empleo y dinamización de la economía en el ámbito local		
Impacto en la biodiversidad y los ecosistemas locales		Fomento del trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8)		Cuidado de la riqueza natural y los ecosistemas locales		
				Optimización de las condiciones de vida en las comunidades		
RESULTADOS						

Tabla 28
Metas Impactadas de la ODS 8

Meta ODS 8	Impacto con "Blue Amazon"
8.3	"Blue Amazon" fomenta el emprendimiento local y la innovación en el rubro de viajes, estableciendo puestos de trabajo decentes y apoyando el desarrollo de microempresas y PYMES en comunidades nativas, a través de la integración de sus productos y servicios en la experiencia turística.
8.4	La iniciativa apunta a un TRC que minimiza la huella ambiental, promoviendo prácticas de consumo responsable entre viajeros y proveedores locales, contribuyendo así a una economía verde.
8.5	Al ofrecer experiencias turísticas auténticas, "Blue Amazon" genera oportunidades de empleo local en las comunidades nativas, asegurando trabajo decente e inclusivo en el sector turismo.
8.6	A través de programas de capacitación y empleo en el turismo y conservación, "Blue Amazon" puede ofrecer alternativas de desarrollo profesional a los jóvenes de las regiones impactadas, reduciendo el desempleo juvenil.
8.8	"Blue Amazon" se compromete a asegurar condiciones laborales seguras y equitativas para todos sus empleados, incluidos aquellos en sectores vulnerables o precarios, como puede ser el turismo de base comunitaria.
8.9	Esta meta es central para "Blue Amazon", ya que la iniciativa se basa en ofrecer experiencias turísticas que no solo creen empleo, sino que también valoren y difundan las culturas y productos locales, contribuyendo así al crecimiento económico y a la conservación cultural en las áreas visitadas.
8.1	Al colaborar con entidades bancarias para mejorar el acceso a servicios financieros para las microempresas y PYMES locales, "Blue Amazon" puede facilitar el emprendimiento y la sostenibilidad económica de las comunidades nativas y proveedores de servicios turísticos.

En la Tabla 29 se exponen las metas a las que Blue Amazon que se alinean con los ODS 15, ya que el eje de sus acciones está enfocado directamente en un entorno natural de gran valor ecológico. En lo que respecta al eje ambiental, la meta 15.1 impulsa prácticas de aprovechamiento sostenible de los bienes naturales del PNCAZ, la meta 15.2 expresa el interés de fomentar la gestión forestal sostenible y la meta 15.3 de ayudar a restaurar los suelos degradados. De otro lado, sobre el eje social, la meta 15.4 prioriza la conservación de los ecosistemas a través del conocimiento tradicional y la participación de las comunidades locales, mientras que la meta 15.9 integra los valores de la naturaleza en la planificación territorial. Por último, sobre el eje económico, con la meta 15.5 se busca proteger a las especies endémicas y amenazas, y con la 15.7 se busca impulsar la vigilancia comunitaria.

Tabla 29
Metas Impactadas de la ODS 15

Meta	Descripción del Impacto
15.1	Mantener y utilizar de manera sostenible los ecosistemas como los bosques y humedales es crucial para conservar la biodiversidad y los beneficios ecológicos que proporciona el PNCAZ.
15.2	Apoyar una gestión consciente y ecológica de las áreas boscosas y detener la deforestación es importante para proteger el hábitat del PNCAZ y mantener su diversidad biológica.
15.3	Combatir la desertificación y rehabilitar los suelos degradados es esencial para preservar la integridad de los ecosistemas terrestres y acuáticos del PNCAZ.
15.4	La conservación de los ecosistemas montañosos contribuye a mantener los flujos de agua y la biodiversidad en el Blue Amazon, asegurando su resiliencia ante el cambio climático.
15.5	Reducir la degradación de hábitats naturales y proteger especies amenazadas es fundamental para preservar la biodiversidad única y evitar la extinción de especies clave.

- 15.7 Poner fin a la caza furtiva y el tráfico ilegal de especies protegidas es importante para proteger la fauna del PNCAZ y mantener su equilibrio ecológico.
- 15.9 Incorporar la importancia ecológica y la riqueza biológica en los procesos de planificación y desarrollo territorial es clave para asegurar la preservación duradera del PNCAZ y su biodiversidad singular.

En la Tabla 30 se presenta el cálculo del Índice de Relevancia Social (IRS) del Blue Amazon. El IRS se obtiene al dividir las metas impactadas entre las metas totales del ODS y multiplicar el resultado por 100. En esta oportunidad el ODS 8 genera un IRS de 78.95%, mientras que el ODS 15 genera un IRS de 77.78%; por tanto, en promedio, el IRS es de 78.37%. Esto indica un alto nivel de alineación e impacto con los ODS 8 y ODS 15.

Tabla 30

Cálculo del TRI de BLUE AMAZON

ODS	Metas totales del ODS	Metas impactadas por el proyecto	IRS (%)	Promedio de IRS
8	10	8	78.95%	78.37%
15	9	7	77.78%	

7.2. Rentabilidad Social de la Solución

La rentabilidad social de un proyecto como Blue Amazon se manifiesta a través de los efectos positivos que genera sobre la comunidad local y el entorno natural donde se desarrolla. Este tipo de rentabilidad trasciende los ingresos monetarios directos, abordando componentes como la promoción de empleo decente y el fortalecimiento de las dinámicas económicas locales, la elevación del estándar de vida de los núcleos familiares participantes y la conservación de los ecosistemas. La estabilidad en los ingresos de los trabajadores, junto con la adopción de enfoques sostenibles, representa un indicador fundamental del impacto integral del proyecto, que favorece al mismo tiempo el desarrollo social, la sostenibilidad ambiental y el crecimiento económico en la región.

7.2.1. Beneficios Sociales

La evaluación del impacto social del proyecto Blue Amazon evidencia beneficios constantes en términos de empleo e ingresos distribuidos entre los distintos actores de la comunidad. Para el año 2024, se proyecta la contratación de seis (06) colaboradores

distribuidos en funciones específicas: dos (02) guías turísticos con ingresos diarios estimados de S/250 cada uno, un (01) conductor con S/200 diarios, un (01) asistente con S/100 por día, y dos (02) trabajadores en el área de alojamiento, cada uno con ingresos de S/80 diarios. El ingreso anual proyectado para el conductor asciende a S/60,000; para el asistente, S/30,000; y para cada colaborador del área de alojamiento, S/24,000.

En conjunto, se estima que estos puestos de trabajo generarán un flujo anual de ingresos de S/288,000. Esta distribución de ingresos y empleos se mantendrá constante durante los años 2025 a 2028, reflejando estabilidad laboral y económica (ver tabla 31). Esta permanencia en el empleo y en los ingresos previstos contribuye directamente al desarrollo económico de las familias involucradas, refuerza la cohesión comunitaria y se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular con aquellos relacionados al trabajo decente y el crecimiento económico (ODS 8). La continuidad de este flujo económico favorece no solo el sustento familiar, sino también una mejora progresiva en la calidad de vida de la población local.

Tabla 31
Beneficios Sociales

Criterio	Estimación del flujo de los beneficios sociales				
	2025	2026	2027	2028	2029
N° de Empleados GUIA	2	2	2	2	2
Ingreso Diario (S/)	250	250	250	250	250
Ingreso Anual por Empleado (S/)	75000	75000	75000	75000	75000
Ingreso Anual Total (S/)	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
N° de Empleados CHOFER	1	1	1	1	1
Ingreso Diario (S/)	200	200	200	200	200
Ingreso Anual por Empleado (S/)	60000	60000	60000	60000	60000
Ingreso Anual Total (S/)	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
N° de Empleados	1	1	1	1	1
Ingreso Diario (S/)	100	100	100	100	100
Ingreso Anual por Empleado (S/)	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
N° de Empleados Personal de Alojamiento	2	2	2	2	2
Ingreso Diario (S/)	80	80	80	80	80
Ingreso Anual por Empleado (S/)	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
Ingreso Anual Total (S/)	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
Total nuevos puestos sueldos generados al año (1,025x14)	6	6	6	6	6
	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
Total de Beneficios Sociales	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000

7.2.2. Costos Sociales

La proyección de los consecuencias sociales asociados al proyecto Blue Amazon contempla el análisis del impacto ambiental derivado del consumo energético de los equipos utilizados durante la operación, tales como computadoras y servidores. Considerando un factor de emisión de dióxido de carbono (CO₂) de 0.62 por unidad de energía eléctrica consumida, y un costo estimado de S/0.25 por tonelada de CO₂ emitida, se obtiene un costo ambiental anual aproximado de S/622.33 durante el periodo de análisis comprendido entre 2025 y 2029. Este valor representa el efecto ambiental del uso continuo de equipos electrónicos, traducido en términos económicos, y permite incorporar en la evaluación de sostenibilidad del proyecto una dimensión ambiental adicional. Al considerar tanto los beneficios sociales como estos costos indirectos por emisiones, se logra una visión más completa del impacto de la operación sobre el entorno.

Tabla 32
Costos Sociales

Estimación del flujo de los costos sociales					
Criterio	2023	2024	2025	2026	2027
computadoras utilizadas	3	3	3	3	3
Consumo energético teórico diario (jornada 8 horas)	2	2	2	2	2
Días de operación	365	365	365	365	365
Servidores	1	1	1	1	1
Consumo energético teórico diario (jornada 8 horas)	5	5	5	5	5
Días de operación	365	365	365	365	365
Consumo energético anual total	4,015	4,015	4,015	4,015	4,015
Factor emisión CO ₂ -energía eléctrica	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62
Costo emisión de CO ₂ Soles /tonelada de CO ₂	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Costo Social	622.325	622.325	622.325	622.325	622.325
Costos Sociales	622.33	622.33	622.33	622.33	622.33

El análisis del Valor Actual Neto Social (VAN Social) correspondiente al proyecto Blue Amazon, considerando un horizonte de operación de cinco años y aplicando una tasa de descuento del 8%, revela un flujo de caja social neto positivo y sostenido en el tiempo. Los beneficios sociales anuales se estiman en aproximadamente S/288,000, mientras que los costos sociales principalmente derivados del consumo energético y las emisiones de dióxido de carbono se mantienen en torno a S/622 por año. Esto genera un flujo neto social anual del orden de S/287,378. Con base en estos flujos, se obtiene un VAN Social de S/1,147,415.73, lo cual indica que, tras descontar los beneficios netos a una tasa del 8%, el proyecto ofrece un

valor social agregado significativo. Este resultado reafirma la viabilidad del proyecto no solo desde una perspectiva económica, sino también en términos de sostenibilidad social, evidenciando su capacidad para generar bienestar colectivo y contribuir a la conservación de los ecosistemas durante su período de ejecución.

Tabla 33

Van Social

Años de operación	1	2	3	4	5
Beneficios sociales totales	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
Costos Sociales	622	622	622	622	622
Flujo de caja SOCIAL	287,378	287,378	287,378	287,378	287,378
Tasa de descuento	8%				
VAN Social	1,147,415.73				

7.3 Resumen del capítulo

Este capítulo analiza la solución sostenible de TRC en el Valle de Aspuzana, PNCAZ, destacando su impacto social, económico y ambiental. Se alinea con los ODS 8 (empleo decente y crecimiento económico) y 15 (conservación de ecosistemas), generando empleo local, promoviendo la cultura y conservando la biodiversidad. El análisis del ecosistema TRC detalla procesos, creación de valor mediante experiencias participativas, relaciones con comunidades, autoridades y ONGs, y canales como la plataforma en línea y una agencia en Tarapoto, aunque identifica riesgos como malas prácticas turísticas. Las metas integran ejes económicos (incorporación de productos locales, acceso a crédito), ambientales (conservación, gestión de residuos) y sociales (empleos inclusivos, estándares éticos). La rentabilidad social incluye empleo decente, mejor calidad de vida y desarrollo económico, mientras que los costos sociales, como emisiones de CO₂ por equipos electrónicos, ascienden a S/622.33 anuales (2025-2029), ofreciendo una visión integral de la sostenibilidad del proyecto.

Capítulo VIII. Decisión e Implementación

Este capítulo presenta el plan de implementación del proyecto, detallando las fases, los recursos y el equipo de trabajo necesarios para su ejecución. Asimismo, se exponen las conclusiones generales del análisis del plan de negocios, destacando su viabilidad e impacto. Finalmente, se plantean recomendaciones estratégicas para asegurar una implementación eficaz y la sostenibilidad del proyecto a lo largo del tiempo.

8.1. Plan de implementación y equipo de trabajo

Según la Tabla 34, el plan de implementación del proyecto Blue Amazon está estructurado en cuatro etapas, comenzando con la planificación y preparación durante los primeros tres meses. En los meses uno y dos, se identifican las comunidades cercanas a la zona de amortiguamiento, los recursos turísticos y se dialoga con líderes locales para definir limitaciones y oportunidades. Entre el segundo y tercer mes, se realiza un análisis de mercado y demanda turística, diseñando una oferta que satisfaga las expectativas de los viajeros. Además, se desarrolla una estrategia de negocio y un presupuesto detallado, presentados a inversionistas, sentando las bases para un modelo de TRC sostenible que equilibre viabilidad comercial y beneficios comunitarios en el PNCAZ.

La segunda etapa, entre los meses cuatro y seis, se centra en la selección y capacitación del personal. En el cuarto mes, se recluta al equipo que acompañará las actividades turísticas, priorizando perfiles locales. Durante el quinto y sexto mes, se capacita a los miembros de las comunidades en atención al cliente, asegurando un servicio de calidad que refleje la autenticidad cultural. Paralelamente, en el sexto mes, se adquieren equipos y se define la vestimenta adecuada para las operaciones, garantizando una experiencia profesional y alineada con los valores de sostenibilidad de Blue Amazon, fortaleciendo la preparación para la ejecución de las actividades turísticas.

La tercera etapa, del sexto al décimo mes, abarca el desarrollo comercial, iniciando con un cronograma anual en el sexto mes. Entre los meses seis y siete, se crean recursos visuales para comunicación por correo electrónico y se lanza la página web, optimizando la presencia digital. Del sexto al duodécimo mes, Blue Amazon participa en ferias turísticas y eventos, incrementando su visibilidad. Entre los meses ocho y diez, se implementan campañas de marketing digital y tradicional para promocionar los servicios. La cuarta etapa, en el duodécimo mes, marca el inicio de las operaciones, con la ejecución de actividades turísticas, monitoreo de retroalimentación, y gestión financiera y administrativa, consolidando un modelo de TRC sostenible en el PNCAZ.

8.2. Conclusión

El Perú presenta un enorme potencial para el impulso del turismo rural comunitario, gracias a sus ricas tradiciones ancestrales y la diversidad de su flora y fauna en las áreas naturales protegidas. Este enfoque basado el turismo rural comunitario facilitará la promoción de la conservación del entorno natural tanto de la comunidad como del Parque Nacional Cordillera Azul, así como la realización de actividades turísticas responsables, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental, al mismo tiempo que se fomentará la educación ambiental tanto entre los turistas como entre los miembros de la comunidad.

El proyecto Blue Amazon pretende abrir nuevas fuentes de trabajo y fortalecer la estabilidad económica para la comunidad del Valle de Aspuzana, integrada por cuatro comunidades ubicadas en la zona colindante del Parque Nacional Cordillera Azul. Este enfoque contribuirá al desarrollo socioeconómico de la región, al tiempo que reforzará el sentido de pertenencia y la identidad cultural, impulsando la colaboración de la comunidad en las iniciativas turísticas.

El modelo de negocio propuesto por Blue Amazon es viable, esto se ha corroborado mediante la elaboración y análisis del Business Model Canvas, y del ExO Canvas, los que

han demostrado la viabilidad económica, social y ambiental. Asimismo, se ha comprobado que la propuesta de valor, que se centra en experiencias auténticas de turismo rural comunitario sostenible, responde a las actuales tendencias de turismo, y al interés de las personas de estar en contacto con la naturaleza.

Asimismo, el proyecto tiene un impacto positivo en la comunidad, ya que generará beneficios económicos directos para las comunidades de la zona de amortiguamiento del PNCAZ, a través de la generación de puestos laborales, el fortalecimiento de las capacidades y la comercialización de actividades turísticas y artesanales. Esto consolidará el sentido de identidad cultural y el apego de los pobladores a su territorio.

Además, Blue Amazon se alinea con los ODS, en búsqueda de la sostenibilidad ambiental. Específicamente, está relacionado con el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres), promoviendo prácticas turísticas de bajo impacto ambiental.

Por último, gracias al enfoque colaborativo, el soporte tecnológico y el trabajo en conjunto con la ONG CIMA, la empresa se perfila como un modelo escalable y replicable en otras áreas naturales protegidas.

8.3. Recomendación

Se recomienda la adopción de tecnologías y estrategias innovadoras, como las planteadas en el ExO Canvas, que faciliten una escalabilidad eficiente del modelo de negocio. Esto permitirá un crecimiento exponencial sin afectar la calidad del servicio ni comprometer los principios de sostenibilidad, posicionando a Blue Amazon Perú como una organización pionera y vanguardista en el ámbito del turismo rural comunitario.

La promoción coordinada del destino, tanto a nivel nacional como internacional, mediante campañas de marketing y presencia en ferias turísticas, será clave para incrementar el flujo de visitantes y asegurar la sostenibilidad y el éxito del proyecto a lo largo del tiempo.

Se recomienda respaldar el proyecto Blue Amazon Perú, ya que su implementación trae consigo beneficios sociales y ambientales concretos para el Valle de Aspuzana y el país. Entre sus principales aportes destacan la generación de empleo, la promoción de la cultura local y la conservación del medio ambiente. Cada experiencia turística estará alineada con los lineamientos del MINCETUR y el SERNANP, garantizando el respeto y la preservación del entorno natural. Estas razones fundamentan la continuidad y el impulso de este ambicioso proyecto.

La solución planteada se apoya en evidencia sólida que respalda la viabilidad y sostenibilidad del proyecto turístico, incorporando un enfoque de desarrollo social. Esta decisión no solo garantiza beneficios económicos, sino que también impulsa un turismo responsable y consciente, en pro del bienestar de las comunidades y la conservación del patrimonio natural y cultural. Al adoptar esta propuesta, Blue Amazon Perú se consolida como un referente en turismo rural comunitario, ofreciendo un modelo escalable y replicable que puede inspirar iniciativas similares en otras regiones.

Referencias

- Araujo, N. y Casavecchia, C. (2014) *Parque Nacional Cordillera Azul, estudio de caso Perú. En: Amazonía más allá de las fronteras: lecciones aprendidas en áreas protegidas.* Casavecchia C. (Editora). UICN, Quito, Ecuador
- BCR (2025) Informe Macroeconómico: IV Trimestre de 2024. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2025/nota-de-estudios-15-2025.pdf>
- Calderón, F., Asmat, D., & Chávez, P. (2021). Sustainable tourism policies in Peru and their link with renewable energy: analysis in the main museums of the Moche route. *Heliyon*, 7(10).
- Carvache, M., Carvache, O., Carvache, W., Alvarez, A., & Estrada, A. (2021). Motivations and segmentation of the demand for coastal cities: a study in Lima, Peru. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 517-531.
- Carvache, M., Regalado, O., Carvache, O., & Carvache, W. (2024). Segmentation by motivations in religious tourism: A study of the Christ of Miracles Pilgrimage, Peru. *Plos one*, 19(5), e0303762.
- Carvache, M., Regalado, O., Sirkis, G., Carvache, O., & Carvache, W. (2023). Market segmentation in urban tourism: A study in Latin America. *Plos one*, 18(5), e0285138.
- Castillo, J., et al. (2021). *Informe de la Contraloría General de la República sobre el aprovechamiento turístico de las Áreas Naturales Protegidas.*
- CIMA. (s.f.). *Poblaciones en el Parque Nacional Cordillera Azul.* CIMA. <https://www.cima.org.pe/es/parque-nacional-cordillera-azul/poblaciones>.
- CIMA (2025) Gestión de Cordillera Azul. <https://www.cima.org.pe/es/parque-nacional-cordillera-azul/gestion-de-cordillera-azul>
- COMEX Perú. (2022) exportaciones agrícolas no tradicionales sostienen un crecimiento del 11.2% en el primer semestre de 2022. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-agricolas-no-tradicionales-sostienen-un-crecimiento-del-112-en-el-primer-semestre-de-2022>
- COMEXPERU (2024) Llegada de turistas internacionales entre enero y octubre supera el total recibido en 2022. ¿cuáles son los retos y oportunidades para seguir creciendo? <https://comexperu.org.pe/public/articulo/llegada-de-turistas-internacionales-entre-enero-y-octubre-supera-el-total-recibido-en-2022-cuales-son-los-retos-y-oportunidades-para-seguir-creciendo>
- Congreso de la República (2009) Ley General del Turismo. <https://leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/29408.pdf>
- Cohen, S., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Cristóbal, I., Martínez, M., López, J., & Pozo, C. (2023). In search of restaurant excellence in Peru: key insights on food values. *British Food Journal*, 125(12), 4573-4591.
- Decreto Supremo N° 007-2019-MINAGRI. Decreto Supremo que aprueba el Plan Nacional de Agricultura Familiar 2019 – 2021. (2019). <https://www.gob.pe/institucion/midagri/normas-legales/357293-007-2019-minagri>

- Esparza, R., Llonto, Y., Gamarra, C., Romo, P., & Mougenot, B. (2024). Perceptions of stakeholders and challenges faced by ecotourism management in a natural protected area in Peru. *Environment, Development and Sustainability*, 26(8), 20757-20780.
- Frederick, D., & Parappagoudar, S. (2021). A Descriptive Analysis on Sustainable Business Strategy of Online Food Service Industry. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 3(3), 545-554.
- Gascón, J. & Cañada, E. (2016). *Turismo residencial y gentrificación rural*. Foro de Turismo Responsable.
- Gobierno Regional de Huánuco (2024). *Informes sobre proyectos de infraestructura vial y conectividad en la provincia de Leoncio Prado*. www.regionhuanuco.gob.pe
- Gobierno Regional de Huánuco. (2023). *Informes sobre actividades económicas y proyectos de desarrollo en la provincia de Leoncio Prado*. Recuperado de <http://www.regionhuanuco.gob.pe>
- Gobierno Regional de Huánuco. (2023). *Informes sobre proyectos de ecoturismo en zonas rurales*. Recuperado de <http://www.regionhuanuco.gob.pe>
- Gobierno Regional de Huánuco. (2023). *Informes sobre producción de café y cacao en Jorge Basadre*. Recuperado de <http://www.regionhuanuco.gob.pe>
- Gobierno Regional de Huánuco. (2023). *Informes sobre ecoturismo en Monte Verde*. Recuperado de <http://www.regionhuanuco.gob.pe>
- Gobierno Regional de Huánuco. (2023). *Informes sobre turismo agrícola en Jorge Basadre*. Recuperado de <http://www.regionhuanuco.gob.pe>
- GOB (2025) Parque Nacional Cordillera Azul. <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/informes-publicaciones/1948130-parque-nacional-cordillera-azul>
- Gobierno del Perú (1978) Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva DECRETO LEY N° 22175. <https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/fbb50c804c7e5783adf4efe93f7fa794/Decreto+Ley+22175+Ley+de+Comunidades+Nativas+y+desarrollo+agrario+de+las+regiones+de+la+Selva+y+Ceja+de+Selva.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fbb50c804c7e5783adf4efe93f7fa794>
- Gobierno del Perú (2016) Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO_2016.pdf20180706-19116-y07vnb.pdf
- Gobierno del Perú (2007) Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/647C835DAB877A94052581B1005EA797/\\$FILE/28296.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/647C835DAB877A94052581B1005EA797/$FILE/28296.pdf)
- Huo, F., Zhao, Y., Chai, C., & Fang, F. (2023). A user experience map design method based on emotional quantification of in-vehicle HMI. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-10.
- INEI. (2022). *Compendio estadístico, Huánuco 2022*. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4269255/Compendio%20Estad%20C3%ADstico%20%20Hu%20C3%A1nuco%202022.pdf>

- INEI. (2022). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) 2022*.
<https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enahog-2022-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-%E2%80%9393>
- INEI. (2022). Compendio estadístico, Huánuco 2022. Recuperado de
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4269255/Compendio%20Estadistico%20Huancu%202022.pdf>
- IUCN. (n.d.). *Fortalecimiento de capacidades en ecoturismo científico y comunitario en el biocorredor de concesiones para conservación*. Recuperado de
https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/resrecrepattach/PRESENTACION%20BIOCORREDOR%20ECOTURISMO%20CIENTIFICO%20COMUNITARIO%20-%20AMPA_compressed.pdf
- Jimenez y Cavazos, (2012). *El Turismo Orientado a los Pobres: Una Alternativa Estratégica para los Países en Desarrollo*. Revista Pasos Online.
<http://dspace.uan.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/783/1/El%20turismo%20orientado%20a%20los%20pobres%20-%20una%20alternativa%20estrategica%20para%20los%20países%20en%20desarrollo.pdf>
- Kohnová, L., & Salajová, N. (2023). Re-thinking Industry 4.0 effect on competitive forces: Empirical study on innovation. *Sustainability*, 15(3), 2637.
- Ladevi. (2023, junio 6). *Amazonía: SERNANP fomenta ecoturismo en Cordillera Azul*. Ladevi. <https://peru.ladevi.info/amazonia/amazonia-sernanp-fomenta-ecoturismo-cordillera-azul-n53541>
- Larson, L., & Poudyal, N. (2012). Developing sustainable tourism through adaptive resource management: A case study of Machu Picchu, Peru. *Journal of sustainable tourism*, 20(7), 917-938.
- La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (2022). *Lista verde de la UICN. Estándar de la lista verde de Áreas Protegidas y Conservadas*.
<https://digital.iucn.org/es/regiones/america-del-sur/lista-verde/>
- Ley N° 29408, Ley General de Turismo (Congreso de la República, 2009)
- López, T., Pérez, J., Cordova, F., & Medina, M. (2019). Emotional perception and historical heritage: a segmentation of foreign tourists who visit the city of Lima. *International Journal of Tourism Cities*, 5(3), 451-464.
- Marquina, P., & Morales, C. (2012). The influence of CSR on purchasing behaviour in Peru and Spain. *International marketing review*, 29(3), 299-312.
- Maquera, G., da Costa, B., Mendoza, Ó., Salinas, R., & Haddad, A. (2022). Intelligent digital platform for community-based rural tourism—a novel concept development in Peru. *Sustainability*, 14(13), 7907.
- MEF (s.f.) Anexo lineamientos básicos para la formulación de proyectos de inversión pública en emprendimientos de turismo rural comunitario.
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/normas/normasv/snip/a2013/Anexo-RD-005-2013.pdf201
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) (2024). *Información sobre proyectos de carreteras y conectividad en zonas rurales*. www.mtc.gob.pe
- Ministerio de Agricultura y Riego (2022). *Programas de apoyo a la agricultura y ganadería en zonas rurales*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe>

- Ministerio de Agricultura y Riego (2022). *Programas de apoyo a la agroindustria en zonas rurales*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe>
- MINCETUR (2024). Perú: Oferta y Demanda de Establecimientos de Hospedaje Año 2023. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6500115/5671698-informe-peru-oferta-y-demanda-de-establecimientos-de-hospedaje-ano-2023.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (s.f.). Problemas tipo de la agricultura peruana. <https://www.midagri.gob.pe/portal/22-sector-agrario/vision-general/190-problemas-en-la-agricultura-peruana>.
- MINAM (2015) Ley Forestal y de Fauna Silvestre Ley N° 29763. <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-29763.pdf>
- MINAM (2012) Ley General del Ambiente Ley N° 28611 <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-28611.pdf>
- MINAM (2011) Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (Ley N° 27446). <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/10/Ley-y-reglamento-del-SEIA1.pdf>
- MINAM (2017) Ley N° 29325 – Ley del Sistema Nacional de Evaluación y Fiscalización Ambiental. <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-29325.pdf>
- Ministerios del Ambiente (22 de mayo, de 2017). MINAM promueve el turismo sostenible en el marco del Día Nacional de la Diversidad Biológica. <https://www.minam.gob.pe/diadiversidad/2017/05/22/minam-promueve-el-turismo-sostenible-en-el-marco-del-dia-nacional-de-la-diversidad-biologica/>
- Ministerios del Ambiente (10 junio de 2021). *Esto es lo que debes saber sobre las áreas naturales protegidas del Perú*. <https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/499832-esto-es-lo-que-debes-saber-sobre-las-areas-naturales-protegidas-del-peru>
- Ministerio del Ambiente (2017). *Gestión participativa del Parque Nacional Cordillera Azul*.
- Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). (2022). *Programas de apoyo a la agroindustria en zonas rurales*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe>
- MINCETUR (2022) Reporte de Turismo. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/4037966-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo-2022>
- MINCETUR (2024) Indicadores de Establecimientos de Hospedaje. https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/ofertaEstablecimientosHospedaje.html
- MINCETUR (2025) Al cierre del 2024, el turismo receptivo creció en 29% con relación al año pasado. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1091972-al-cierre-del-2024-el-turismo-receptivo-crecio-en-29-con-relacion-al-ano-pasado>
- MINCETUR (2025) Perú: Principales Cifras de Turismo. https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html
- MINCETUR (2022) *Prestadores de Servicios Turísticos con el sello Safe Travels*. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/safeTravels/destinos/DESTINOS_SAN_MARTIN_MAYO2022.pdf

- MINCETUR (2022). *Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible*. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe>
- MINCETUR (2025) Arribos, pernoctaciones y oferta hotelera en establecimientos de hospedaje. <https://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosturismo/content3.html>
- Montoya, M. (2021). *Factores sociales que condicionan y limitan el impulso de iniciativas de turismo rural, promovidas por actores locales, en contextos de Nueva Ruralidad: La experiencia de la Asociación Artística Cultural Piel de Sal en Maras, Cusco*. [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20213/MONTOYA_PEREZ_MARIA_PAZ_LORENA_FACTORES_SOCIALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Municipalidad Distrital de Pucayacu. (2024). *Plan de desarrollo local Pucayacu 2024-2034*. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7717572/6529368-final-pdlc-pucayacu-2034.pdf>
- Municipalidad Distrital de Pucayacu. (2024). *Plan de desarrollo local Pucayacu 2024-2034*. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7717572/6529368-final-pdlc-pucayacu-2034.pdf>
- Municipalidad Distrital de Pucayacu. (2023). *Información local sobre actividades económicas y proyectos de desarrollo en las comunidades*. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7717572/6529368-final-pdlc-pucayacu-2034.pdf>
- Naciones Unidas (s.f.). *El agua: en el centro de la crisis climática*. <https://www.un.org/es/climatechange/science/climate-issues/water>
- Naciones Unidas (2021). Objetivos de desarrollo sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ndzabukelwako, Z., Mereko, O., Sambo, T., & Thango, B. (2024). The Impact of Porter's Five Forces Model on SMEs Performance: A Systematic Review. *Available at SSRN 4999059*.
- OCDE. (2020). OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2020-2029 <https://www.fao.org/3/ca8861es/ca8861es.pdf>
- Ojo Público. (2023). *La crisis histórica del agro en Perú impacta y amenaza la agricultura familiar*. <https://ojo-publico.com/derechos-humanos/la-crisis-historica-del-agro-impacta-y-amenaza-la-agricultura-familiar>
- Pangarkar, N., & Prabhudesai, R. (2024). Using Porter's Five Forces analysis to drive strategy. *Global Business and Organizational Excellence*, 43(5), 24-34.
- PROMPERU. (2019). *El turismo rural comunitario en Perú*. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/06%20turismo%20peru.pdf
- Rojas, N., Gamero, A., Villalba, K., Quinto, L., & Allcca, B. (2022). Image of a Tourist Attraction and Psychographic Profile of the Tourist: Data Mining Approach. In *ITHGC* (pp. 7-16).
- Riojas, K., Jaramillo, R., Calderón, F., & Asmat, D. (2022). Sustainable tourism and renewable energy's potential: A local development proposal for the La Florida community, Huaral, Peru. *Economies*, 10(2), 47.

- SENACE (2001) Aprueban el Reglamento de la Ley de Areas Naturales Protegidas - DECRETO SUPREMO N° 038-2001-AG. https://www.senace.gob.pe/wp-content/uploads/filebase/senacenormativa/normas_ambientales_transversales/Areas_naturales_protegidas/NAT-3-1-02-DS-038-2001-AG.pdf
- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2019). *Parque Nacional Cordillera Azul*. <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/informes-publicaciones/1948130-parque-nacional-cordillera-azul>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (09 de junio, 2024). Llegada de turistas internacionales entre enero y abril de 2023 fue un 54.7% menos que el nivel registrado en el mismo periodo de 2019. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/llegada-de-turistas-internacionales-entre-enero-y-abril-de-2023-fue-un-547-menos-que-el-nivel-registrado-en-el-mismo-periodo-de-2019>
- United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations. <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication>
- Valcuende, (2012). *Amazonía Viajeros, turistas y poblaciones indígenas*. Colección PASOS edita, n° 6. <https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEedita6.pdf>
- Wang, W., Wei, T., Yu, S., Chen, J., Guo, B., & Hu, B. (2021). Analysis of priority capture method for dynamic requirements of intelligent products based on user scenarios. *Advances in Mechanical Engineering*, 13(6), 16878140211028453.
- Wei, T., Wang, W., & Yu, S. (2022). Analysis of the Cognitive Load of Employees Working from Home and the Construction of the Telecommuting Experience Balance Model. *Sustainability*, 14(18), 11722.
- Zegarra, E. (2018), *La gestión del agua desde el punto de vista del Nexo entre el agua, la energía y la alimentación en el Perú: Estudio de caso del valle de Ica*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44219-la-gestion-agua-punto-vista-nexo-agua-la-energia-la-alimentacion-peru-estudio>

Apéndices

Apéndice A: Guía de Entrevista a Socios Estratégicos

Buenos días/tardes/noches,

Mi nombre es ... y formo parte de un equipo que está realizando un estudio para conocer el potencial de desarrollo de turismo rural comunitario en las zonas aledañas al Parque Nacional Cordillera Azul.

Este trabajo tiene como objetivo identificar y comprender el perfil de posibles socios estratégicos —como organizaciones, asociaciones, emprendimientos locales o instituciones— que podrían participar activamente en el desarrollo de iniciativas turísticas sostenibles y comunitarias en esta región.

Para ello, le agradeceríamos que se sienta con la libertad de compartir sus ideas, experiencias y perspectivas en este espacio. No existen respuestas correctas o incorrectas; lo más importante es su opinión sincera.

Queremos recalcar que toda la información que se recoja será utilizada exclusivamente para fines de este estudio. Sus respuestas serán tratadas de manera anónima y agrupadas con las de otros participantes para su análisis.

Para facilitar el procesamiento de la información, esta conversación será grabada. ¿Está de acuerdo con que grabemos la conversación? La grabación será utilizada únicamente con fines de análisis interno.

Información básica del participante

Nombre:

Edad:

Lugar de origen y residencia actual:

1. Sobre la Participación y Beneficios:

- a. ¿Cómo cree que el turismo rural comunitario podría beneficiar a su comunidad?
- b. ¿Qué habilidades o conocimientos tiene el Valle de Aspuzana que podrían ser útiles para desarrollar un proyecto de turismo rural comunitario?
- c. ¿Qué tipos de actividades o servicios se podrían ofrecer a los turistas en el marco de este proyecto?

2. Sobre Desafíos:

- a. ¿Qué aspectos considera que deberían ser cuidadosamente gestionados para maximizar los beneficios del turismo rural en su comunidad y en el entorno natural en el Valle de Aspuzana?

3. Sobre la Colaboración:

- g. ¿Qué tipo de apoyo o capacitación considera que necesitaría en el Valle de Aspuzana para participar activamente en el proyecto?
- h. ¿Existe algún programa del estado u ONG que ayude a implementar algún tipo de proyecto turístico en esta zona?

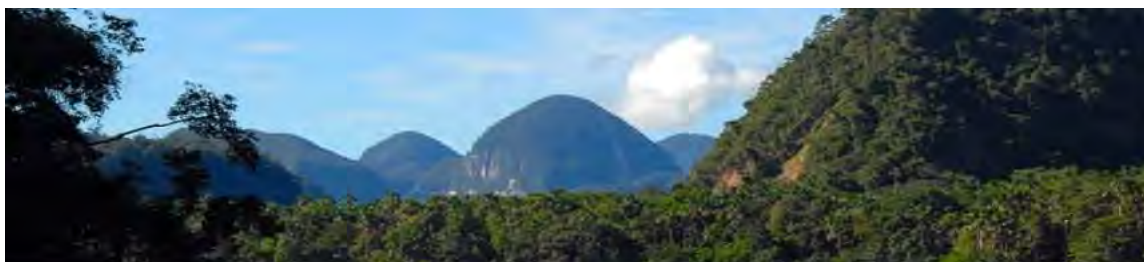
4. Sobre el Proyecto y la Comunidad:

- i. ¿Considera que el Valle de Aspuzana tiene potencial en turismo rural comunitario para mejorar el desarrollo económico y social?

- j. ¿Considera que los líderes locales deben involucrarse en la implementación de este proyecto?
 - k. ¿Cómo cree usted que la comunidad podrá apoyar la implementación de este proyecto?
 - l. ¿Cómo comunidad ha tenido alguna experiencia o han albergado turistas? ¿Cuál es su opinión sobre dicha experiencia?
5. **Sobre la Sostenibilidad y Autenticidad:**
- m. ¿Cómo valora la autenticidad y la sostenibilidad en las experiencias de turismo rural?
 - n. ¿Qué importancia le da a la participación y el beneficio directo de las comunidades locales en su decisión de participar en el turismo rural?



Apéndice B: Guía de encuesta



Encuesta para la Definición del Perfil de Usuario en el Turismo Rural Comunitario

B *I* U ↻ ✕

Instrucciones:

Su participación es voluntaria y anónima. Las respuestas que proporcione servirán para comprender las características, motivaciones y expectativas de los visitantes (potenciales o actuales) del Parque Nacional Cordillera Azul, a fin de diseñar ofertas turísticas sostenibles, inclusivas y culturalmente significativas.

Sección A: Datos Generales

1. País de residencia

Perú

Instrucciones:

Su participación es voluntaria y anónima. Las respuestas que proporcione servirán para comprender las características, motivaciones y expectativas de los visitantes (potenciales o actuales) del PNCAZ, a fin de diseñar ofertas turísticas sostenibles, inclusivas y culturalmente significativas.

Tiempo estimado: 8 - 12 minutos.

Sección A: Datos Generales

1. País de residencia:

- Perú
- Otro país de América del Sur
- Norteamérica
- Europa

- Asia
- Oceanía
- África

2. Edad:

- Menos de 30 años
- 30 - 45 años
- 46 - 65 años
- Más de 65 años

3. Nivel educativo más alto alcanzado:

- Educación secundaria
- Educación técnica o superior no universitaria
- Título universitario (pregrado)
- Postgrado (maestría, doctorado)

4. Nivel de ingresos mensuales (USD aprox.):

- Menos de 1,000
- 1,000 - 3,000
- 3,001 - 5,000
- Más de 5,000
- Prefiero no responder

Sección B: Experiencia Turística

5. ¿Con qué frecuencia viaja con fines turísticos? (Antes de las restricciones sanitarias globales)

- Varias veces al año (3 o más)
- 1 - 2 veces al año
- Cada 2 años o menos

- Nunca
- 6. **¿Ha visitado alguna vez una Área Natural Protegida (ANP) en el Perú?** (Basado en criterios de medición utilizados por MINCETUR en informes de turismo interno)
- Sí
- No

Si respondió "Sí", mencione cuál: _____

- 7. **¿Qué tipo de turismo prefiere generalmente? (Seleccione máximo 2)**
- Turismo de naturaleza (ecoturismo, observación de fauna y flora)
- Turismo cultural (visitas a comunidades locales, patrimonio histórico)
- Turismo de aventura (trekking, rafting)
- Turismo gastronómico
- Turismo urbano (visitas a ciudades, museos, centros comerciales)
- Otro: _____

Sección C: Motivaciones y Preferencias (Adaptado de criterios de encuestas

MINCETUR sobre turismo interno)

- 8. **Del 1 al 5, ¿qué tan importante es la autenticidad cultural en la experiencia turística que busca?**

(1 = Nada importante, 5 = Muy importante)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Del 1 al 5, ¿qué tan relevante es la conservación ambiental y la sostenibilidad en sus decisiones de viaje?

(1 = Nada importante, 5 = Muy importante)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

10. Por favor, ordene las siguientes motivaciones al elegir un destino de turismo

rural comunitario (1 = más importante, 5 = menos importante):

- ___ Conocer y aprender de comunidades locales (tradiciones, artesanías, gastronomía)
- ___ Contribuir a la conservación de la biodiversidad (ODS 15)
- ___ Apoyar el desarrollo económico local y el trabajo decente (ODS 8)
- ___ Experimentar actividades culturales y educativas
- ___ Disfrutar de actividades recreativas al aire libre (senderismo, observación de aves)

11. ¿Qué tipo de actividades le interesarían más en el PNCAZ? (Seleccione máximo 3)

- Talleres culturales (tejido, cerámica, gastronomía local)
- Senderismo, trekking y observación de fauna y flora
- Visitas guiadas a proyectos de conservación ambiental o gestión comunitaria
- Hospedaje en alojamientos rurales gestionados por comunidades locales
- Participación en celebraciones culturales o festividades tradicionales
- Voluntariado ambiental o social

Sección D: Factores de Decisión y Comportamiento (Basado en lineamientos de MINCETUR para turismo interno e internacional)

12. ¿Qué tan dispuesto/a estaría a pagar un sobreprecio moderado por experiencias que garanticen sostenibilidad y beneficio directo a las comunidades locales?

- Muy dispuesto/a
- Dispuesto/a
- Indeciso/a
- Poco dispuesto/a
- Nada dispuesto/a

¿Cuánto influyen las recomendaciones de otros viajeros (reseñas en línea, redes sociales, guías especializadas) en su decisión de visitar un destino de TRC?

- Influencia decisiva
- Influencia relevante
- Neutral
- Influencia mínima
- No influye

14. ¿Con qué frecuencia consulta información oficial (sitios web de ministerios, informes de MINCETUR, ONG de conservación) antes de elegir un destino de TRC?

- Siempre
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15. **¿Qué tan dispuesto/a estaría a recomendar el PNCAZ a amigos y familiares si su experiencia fuera satisfactoria y alineada con la sostenibilidad y el compromiso comunitario?**

- Muy dispuesto/a
- Dispuesto/a
- Indeciso/a
- Poco dispuesto/a
- Nada dispuesto/a

16. **¿Estaría dispuesto/a a pernoctar en alojamientos rurales gestionados por comunidades locales en el PNCAZ? Si su respuesta es “Sí”, indique cuántos días considera apropiados para su estadía:**

- No, no estaría dispuesto/a pernoctar.
- Sí, 1 noche
- Sí, 2 noches
- Sí, entre 3 a 5 noches
- Sí, más de 5 noches

Sección E: Comentarios Adicionales (Opcional)

17. **(Opcional) ¿Existe algún aspecto que considere relevante para mejorar la experiencia de turismo rural comunitario en el PNCAZ?**

Respuesta abierta:

Apéndice C: Encuesta de Validación de Deseabilidad

Encuesta para para evaluar el prototipo web de Blue Amazon

El objetivo de esta encuesta es recoger opiniones sobre el diseño, funcionalidad y claridad del prototipo web de Blue Amazon, una plataforma enfocada en turismo rural comunitario.

1. ¿Qué tan clara te parece la propuesta general del sitio web al navegar por el prototipo?

Muy clara

Clara

Poco clara

Nada clara

2. ¿Qué opinas sobre el diseño visual del prototipo web de Blue Amazon (colores, imágenes, tipografía, etc.)?

Muy atractivo

Atractivo

Poco atractivo

Nada atractivo

3. ¿Qué tan fácil fue navegar por el prototipo web y encontrar lo que buscabas?

Muy fácil

Fácil

Difícil

Muy difícil

4. ¿La estructura de la web de Blue Amazon (menús, secciones, botones) te pareció intuitiva?

Sí, completamente

En parte

No mucho

Para nada

5. ¿Qué aspectos de prototipo te parecieron más efectivos o útiles?

Texto de respuesta larga _____

6. ¿Qué sugerencias tienes para mejorar el prototipo antes de su lanzamiento final?

Texto de respuesta larga _____

Fotos de la visita a PNCAZ

Figura 17.

Ingreso a la zona de amortiguamiento del PNCAZ



Figura 18.

Vista exterior del campamento



Figura 19.
Zona de descanso 1



Figura 20.
Zona de descanso 2



Figura 21.
Punto ecológico



Figura 22.
Parada de información



Figura 23.
Oficinas



Figura 24.
Servicios higiénicos



Figura 25.
Sala de reuniones



Figura 26.
Libro de visitas



Figura 27.
Paneles solares



Figura 28.
Camioneta de CIMA



Figura 29.
La sala de Cacao



Figura 30.
Letrero informativo



Figura 31.**Vista externa****Figura 32.***Ingreso al C.P. Montaña Verde*

Figura 33.*Foto grupal 1***Figura 34.***Foto grupal 2*