



UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACION DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“Análisis de mercado
y propuesta de una ruta turística
Para la Virgen Rosa Mística
de Nauta, periodo 2016”**

Autora:

Rodríguez Alva, Yeshenia Melissa

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Turismo y Hotelería**

Iquitos – Perú

2017

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación con mucho cariño y gozo a mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera y por el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.

Va para ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí. A mis hermanos, tíos, primos y amigos.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Sobre todo se lo dedico al todopoderoso que siempre ha estado conmigo, además de ser mi fortaleza y mi razón de vivir.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis amigos y a la comunidad de Nauta quienes contribuyeron con el desarrollo y fortalecimiento de esta investigación.

Mi sincero agradecimiento está dirigido a mi familia por estar siempre apoyándome, a los peregrinos, negocios y a los vecinos Nautiños por haberme brindado la suficiente información para realizar mi investigación.

Los resultados de este proyecto están dedicados a todas aquellas personas que de alguna u otra forma, son parte de su culminación.



FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el Distrito de San Juan Bautista, siendo las 10 p.m. horas del día 18 del mes de MARZO del año 2017, se reunieron en la sala de audiencias de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

- CPCC. Edwin Delgado Hildebrandt** **Presidente**
- Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto** **Miembro**
- Lic. Tur. Nathaly Maraza Torres** **Miembro**

Para evaluar la sustentación de la Bachiller:

YESHENIA MELISSA RODRIGUEZ ALVA

En la modalidad de **INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL** titulado “ **ANALISIS DEL MERCADO Y PROPUESTA DE UNA RUTA TURISTICA PARA LA VIRGEN ROSA MISTICA DE NAUTA, PERIODO 2016**”.

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

Indicador	Examinador 1 Presidente	Examinador 2 Miembro	Examinador 3 Miembro	Promedio
A) Dominio del Tema	3	3	3	3
B) Calidad de redacción	3	3	3	3
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia	4	4	4	4
D) Calidad de respuestas	3	4	3	3
E) Uso de terminología especializada	3	3	3	3
Calificación Final				16
Calificación final (en letras)	dieciséis			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Deficiente	1
B	Regular	2
C	Satisfactoria	3
D	Optima	4

El Jurado considera Satisfactoria la sustentación.

Presidente:

Miembro:

Miembro:

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
PRESENTACION	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	IV
INDICE DE CONTENIDO.....	V
INDICE DE FIGURAS	VII
INDICE DE GRÁFICOS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1. Planteamiento del problema.....	01
1.1.1. Descripción del problema	01
1.1.2. Formulación del problema	05
1.2. Objetivos	05
1.2.1. Objetivo general	05
1.2.2. Objetivos específicos.....	05
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL	
2.1. Antecedentes	06
2.2. Marco teórico.....	07
2.3. Marco conceptual	12
CAPÍTULO III: MÉTODO	
3.1. Hipótesis.....	14
3.1.1. Hipótesis general.....	14
3.1.2. Hipótesis específicas	14
3.1.3. Variable, indicadores e índices.....	14
3.2. Tipo de investigación.....	15
3.3. Población y muestra	15
3.3.1. Población.....	15
3.3.2. Muestra	15
3.4. Instrumento de recolección de datos.....	17

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

RESULTADOS	18
DISCUSION DE RESULTADOS	30
CONCLUSIONES.....	33
RECOMENDACIONES	35
BIBLIOGRAFÍA	36
ANEXO 01.....	39
ANEXO 02.....	41
ANEXO 03.....	43
ANEXO 04.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
1. Figura N ° 01: Ubicación Geográfica Región Loreto.....	2
2. Figura N ° 02: Contorno de la Ruta del camino a CENCCA.....	3

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
1. Gráfico N° 1 Sexo.....	18
2. Gráfico N° 2 Lugar de procedencia.....	19
3. Gráfico N° 3 Grupo de edades.....	20
4. Gráfico N° 4 Ingreso mensual.....	21
5. Gráfico N° 5 Acompañante en el viaje.....	22
6. Gráfico N° 6 Razones por la que eligió visitar.....	23
7. Gráfico N° 7 Valorización de servicios recibidos.....	24
8. Gráfico N° 8 Recursos que más le gustó.....	25
9. Gráfico N° 9 Recursos que menos le gustó.....	26
10. Gráfico N° 10 Percepción de la relación Precio- calidad.....	27
11. Gráfico N° 11 Su grado de satisfacción.....	28
12. Gráfico N° 12 Nos recomendaría.....	29

RESUMEN

El análisis de mercado en el sector turismo es importante para definir cuáles son los atributos de los recursos que poseen una localidad región o país y como este se organiza para poder satisfacer las necesidades de los visitantes, así también conocer los hábitos de consumo, hábitos de viaje, entre otras categorías de los turistas.

El objetivo del estudio es evaluar el análisis de mercado y proponer una ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta, Provincia y Región Loreto en la cual se analizó la oferta y la demanda turística del lugar mencionado.

Para nuestro estudio se trabajó con una muestra de 329 turistas, quienes llegaron hasta el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta.

Por los recursos turísticos, se realizó una encuesta a los turistas entre nacionales, locales y otros; con el fin de dotarnos de información primaria, así mismo se elaboró una ficha con los recursos con las que cuenta el lugar, para poder contrastar y elaborar una propuesta de ruta. Se llegó a plantear una propuesta de ruta turística denominada: “Ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta”, a fin de promover el turismo de experiencias y el turismo religioso.

Palabras claves: análisis de mercado, oferta turística, demanda turística, ruta turística, mercadotecnia de experiencias.

ABSTRACT

Market analysis in the tourism sector is important to define what are the attributes of the resources they own a town, region or country, and how this is organized to meet the needs of visitors, and also know the habits, travel habits, among other categories of tourists

The aim of the study is to assess the market analysis and propose a tourist route to the Virgin Rosa Mystica Nauta, Loreto Province, Loreto region, where supply and demand tourist place mentioned was analyzed.

For our study we worked with a sample of 329 tourists who came to the Shrine of Our Lady Rosa Mystica of Nauta.

For tourism resources, a survey was conducted among tourists national, local and others; in order to provide us with primary information, also a record with the resources with which the place, to contrast and draw up a proposal route was developed. It came to a proposal for the tourist route called "tourist route for Virgin Nauta Rosa Mystica", to promote tourism experiences and religious tourism.

Keywords: market analysis, tourism, tourist demand, tourist route, marketing experiences.

CAPÍTULO I: INTRODUCCION

1.1 Planteamiento del problema.

1.1.1 Descripción del problema.

En turismo en el Perú ha demostrado ser una de las principales fuentes de ingresos ya que permite la venta de todo tipo de mercancías peruanas (artesanías, adornos, etc.) asimismo permite la conservación de los distintos lugares turísticos con los que cuenta el Perú, puesto que genera ingresos a las comunidades beneficiadas.

Asimismo según informes del INEI a través del Portal de Turismo, menciona que durante el mes de agosto de 2016, la llegada de extranjeros aumento en un 11,6% es decir se reportaron 406 mil 285 movimientos migratorios en entradas al país, esto, esto significa un ingreso considerable en cuanto al turismo, por otro lado la Ministra de Comercio Exterior y Turismo (Magaly Silva), menciona que el turismo peruano tuvo un crecimiento superior al 40% durante los años 2011 y 2016, esto se debe fundamentalmente a las acciones que se vienen desarrollando con la finalidad de aumentar el turismo en el país.

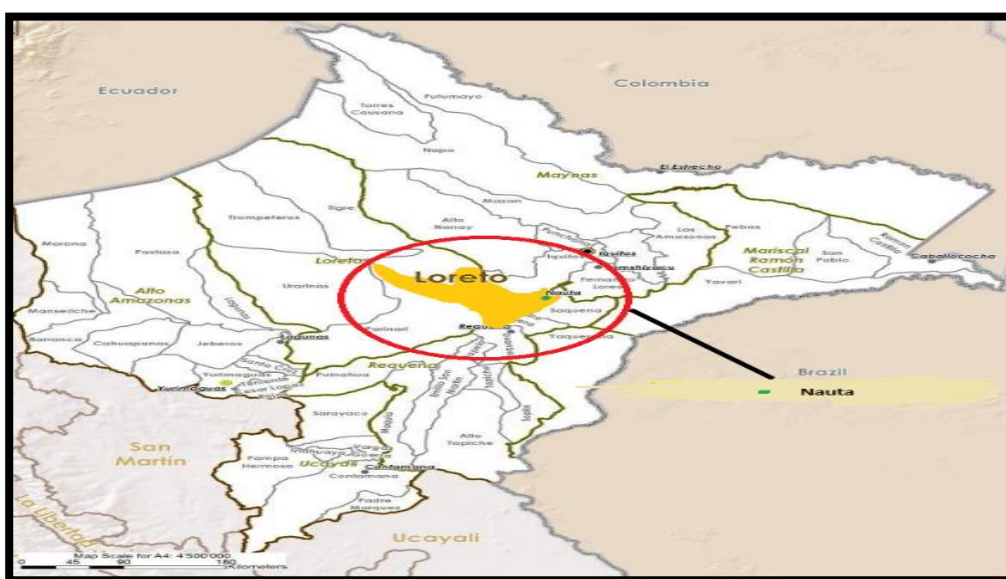
El turismo constituye una gran oportunidad de desarrollo para los países emergentes y sus poblaciones, pues es fuente de creación de pequeños y grandes negocios, y esto es bueno en una economía deprimida como es la Región Loreto.

Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social. Actualmente millones de peregrinos anualmente realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, los motivos que encierran son distintos, como pueden ser para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición.

El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita.

La presente investigación estudia la oferta y la demanda turística ubicada en la ciudad de Nauta, capital de la Provincia ubicado en el km.115 a una hora y cuarenta y cinco minutos de la Ciudad de Iquitos – Región Loreto. Para llegar al Santuario existen dos maneras de hacerlo, la primera es la vía terrestre (caminata de aproximadamente 45 minutos o utilizando un motokar llegando en 20 minutos), la segunda es por vía fluvial (duración de 25 minutos) aunque la mayoría de fieles prefieren realizar una caminata ya que con esto muestran su fe hacia la virgen y suelen sentirse más a gusto.

Figura 01: Ubicación Geográfica Región Loreto - Ciudad Nauta



Según Soria (2014) a través del Diario La Región en esta ciudad los testimonios señalan que el 26 de octubre del año 2011, al concluir la celebración de la misa, un ángel anuncia al Párroco de aquel entonces, Rvdo. Rafael Gonzáles Saldaña y pobladores presentes que La Virgen Rosa Mística hará su presencia al medio día en CENCCA (centro de capacitación campesina).

Guiados por este hecho llegaron hasta el lugar donde se presentó la virgen y lo que hoy conocemos como el Santuario de la Virgen Rosa Mística, desde

aquella fecha todos los días, en especial los 13 de cada mes se venera a la Virgen, ella se manifiesta con señales extraordinarias como: escarchas de diferentes colores sobre las personas, cambios de posición del sol, se ven pétalos de rosas rojas sobre los árboles, símbolos espirituales como la silueta de la virgen y otros misterios más.

Asimismo Soria (2014) mediante el Diario La Región menciona que existe una demanda de tres mil a cuatro mil personas los días 13 de cada mes, que vienen de diferentes ciudades del Perú como Lima, Arequipa, Cuzco, Pucallpa, Cajamarca y de países como Colombia, Brasil, Puerto Rico, U.S.A, Marruecos, México, Francia, Italia, Holanda, y otros.

Según el cuaderno de registro de visitas que tienen los encargados del Santuario, menciona que diariamente llegan entre 50 a más turistas y los 13 de cada mes se congregan un promedio de 3000 a 6000 turistas fieles de la fe.

Figura N° 02: Contorno de la Ruta del camino a CENCCA



Asimismo, los visitantes encuentran problemas al llegar a Nauta, esto debido a que:

El camino de peregrinación es estrecho y largo con lomas de tierra, lo cual se dificulta especialmente cuando llueve, ya que se hace más tenso con el lodo, esto podría ser un peligro sobre todo para los niños y personas de avanzada edad.

Las ventas de frutas y comidas típicas a lo largo de la ruta no son tan consumidos por los turistas extranjeros y nacionales, esto se debe a la infraestructura que es poco presentable y no tan acogedora e higiénica.

En caso de alguna duda o consulta no es fácil distinguir quienes pertenecen a la comisión responsable, pues todos pasan desapercibidos: Es un servicio informal.

Falta implementar algunos servicios básicos como es el agua y los servicios higiénicos (sólo tienen baños para bañarse con el agua del manantial pero no son para usos higiénicos).

En caso de lluvia los peregrinos se pueden ver afectados, puesto que la celebración se realiza al aire libre.

La señal de los celulares es otra dificultad, pues si tienes línea Movistar y Claro, tiene una señal bastante débil en algunos espacios. Si tienes la línea de Entel o Bitel simplemente no tienes comunicación.

La poca publicidad y promoción es otro problema puesto que generalmente se promociona de manera oral, salvo algunas ocasiones por la prensa local (reportajes).

Hace falta un local en la ciudad de Iquitos para brindar información al turista ya que muchos de ellos desconocen la programación de la peregrinación.

Los transportes que van a Nauta muchos veces tienden a elevar los precios fuera del cobro normal, esto puede perjudicar a las personas que viajan en familia, puesto que ellos llevan una bolsa de viajes, según la oferta.

La baja calidad de atención al turista en el tema de recepción, acogida, bienvenida y despedida (pareciera que nadie nota el ingreso de los turistas).

Falta un guía de turismo presente desde el viaje de Iquitos a Nauta y todo el recorrido de la peregrinación hasta el retorno, para una mayor vivencia y entendimiento.

No hay señalización dentro del Santuario, tampoco hay baños de uso para servicios higiénicos.

1.1.2 Formulación del problema.

El problema general es el siguiente:

¿Hay posibilidad de crear una ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cuál es la demanda turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016?

¿Cuál es la oferta turística para el santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016?

1.2 Objetivos de la investigación.

1.2.1 Objetivo general.

Evaluar la posibilidad de crear una ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.

1.2.2 Objetivos específicos.

- a. Identificar la demanda turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.
- b. Identificar la oferta turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.
- c. Proponer una ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de investigación.

Cazorla (2010), en su tesis *Estudio de mercado para la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “la Guaira- Punta de Piedras”* tiene como objetivo elaborar un estudio de mercado para crear una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta señalaba.

La población de estudio, estuvo conformada por los usuarios de los terminales de Ferrys del puerto La Cruz en el estado Anzoátegui y de Punta de Piedras en el estado de Nueva Esparta en Venezuela.

Concluye que dado esta investigación se puede determinar que es viable su institución y puesta en marcha, determinando el perfil de los visitantes, la oferta actual del sector, identificando falencias en el servicio, identificando a su competencia creando un nuevo producto a ofrecer.

Dell’ & Puche (2012), en su tesis *Estudio de mercado para el posicionamiento como producto turístico en el mercado nacional de las playas de Choroní, Cepe y Chuao* tiene como objetivo realizar un estudio de mercado para el posicionamiento como producto turístico los mercados seleccionados.

La población de estudio estuvo conformada por los prestadores de servicios turísticos en las playas de Choroní, Cepe y Chuao. Y así mismo por los turistas que asisten a las playas de Choroní, Cepe y Chuao.

Concluye que la percepción positiva de los visitantes con respecto a los recursos naturales de la región y el reconocimiento de la participación de los entes gubernamentales en la promoción de la actividad turística, ambos factores puede ser utilizado como elementos para propiciar acciones de posicionamientos de las playas en la mente de los turistas.

2.2 Marco teórico.

2.2.1 La Mercadotecnia

Amador (2014) Define a la mercadotecnia como la idea atractiva pero no solamente que así, sino que es convertida en actividades que los permite a quienes dirigen una empresa orientarse y pensar en el cliente ya que son los principales entes de los que depende la empresa. Pero aunque pareciera que no tiene mucha importancia la mercadotecnia, por el hecho que solo es una función básica de la empresa, pero sin embargo es quien esta hasta el final logrando la satisfacción del cliente con la actividad. En resumen mercadotecnia es una actividad por parte de la administración de las empresas tienen la función de sostener los enfoques de la misma.

Mercadotecnia de Experiencias

Drucker (2012) define al marketing de experiencias o marketing de emociones como la forma en que las marcas logran una conexión positiva en sus clientes mediante la experiencia y la utilización de vivencias sensoriales que generan emociones de bienestar y placer. Numerosos estudios científicos y casos prácticos exitosos como los que se llevan a cabo en grandes compañías como Apple, Coca Cola, Nike o Starbucks demuestran que los consumidores cada vez más se inclinan por aquellas firmas que le ofrecen la oportunidad de vivir nuevas sensaciones mientras realizan una compra o durante su consumo, privilegiando estos factores incluso antes que las típicas variables de costo/beneficio.

Turismo religioso

Ferrari (2014) menciona que hoy en día se define al turismo religioso como el fenómeno social que busca la adecuación en la empresa, es importante que se mantenga protegido para fomentar el turismo legal y las áreas externas, ya que siendo así aumentarían el número de personas que visitan de otros lugares y consecuente a eso aumentarían el número de productos consumidos.

Santuario

Castro (2007), define el santuario como una iglesia u otro lugar sagrado al que, por un motivo peculiar de piedad, acuden en peregrinación numerosos fieles, con la aprobación del Ordinario del lugar. Es un bien espiritual, en la vida religiosa aplicada en la intercesión, ejercicio de la caridad, además el santuario es considerado como el lugar religioso, donde todos los creyentes de Cristo llevan sus necesidades graves y urgentes, es por eso que los creyentes deben tener una unidad de oración, intercediendo el uno con el otro. La palabra santuario proviene del término latín "sacrarium en la mayoría de santuarios se venera una imagen o una reliquia importante para los fieles. En algunos casos los santuarios están contruidos en un lugar en donde ocurrió algún hecho singular para la respectiva religión, como por ejemplo un milagro.

Santuario de la señora de Londres

Capital europea de la cultura (2012), es el más famoso santuario del mundo y el mayor centro de sanaciones de la cristiandad, donde la Iglesia ha certificado más curaciones sobrenaturales. Ubicado en la ciudad de Londres, es una cavidad rocosa, situada exactamente en el peñascal junto al monumento, construido por el Papa Pio IX. Se construyó a finales del siglo XIX como consecuencia de las apariciones de la Virgen María a la pastora Bernadette Soubirous (1844-1879) en el año 1858. Bernadette fue canonizada por el Papa Pio XI en 1933 y desde entonces Lourdes se ha convertido en uno de los principales santuarios marianos de peregrinación mundial. Recibe al año más de 6 millones de peregrinos entre ellos 30,000 son enfermos o discapacitados lo cual ha generado en el entorno una boyante actividad religiosa, turística, social y económica con las numerosas infraestructuras y servicios de todo tipo que ello requiere.

Aparición de la Virgen Rosa Mística en Italia

Billini (2011), menciona sobre las apariciones en la ciudad de Montichiari (monte luminoso) ubicado al norte de Italia. Las cuales comienzan en 1947, en este lugar se le apareció la virgen a una joven enfermera llamada Pierina, en un Hospital local que en ese entonces sufría por falta de medicinas, ese mismo año tuvo otras seis apariciones en Montichiari y dos apariciones en 1966 en Fontanelli

(Ubicado a unos 3 km de Montichiari). En el transcurso de los años la popularidad ha ido creciendo de manera impresionante, llegando turistas de todas partes del mundo, ya sea en familia, grupo o de manera individual.

Entre los principales santuarios del mundo se tiene:

- El Vaticano
- Santuario de Jasna Gora, Czestochowa, Polonia
- Muro de los Lamentos en Jerusalén, Israel
- Domo de la Roca en Jerusalén, Israel
- Santo Sepulcro en Jerusalén, Israel
- Basílica de Santa María de Guadalupe en México D.F, México
- Gruta de Lourdes en Francia
- Santuario de Fátima en Portugal
- Catedral-Basílica de Nuestra Señora del Pilar en Zaragoza, España
- Aparecida del Norte, Brasil
- Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en Colombia
- Santuario de Bahá'u'lláh en Acre, Israel
- Santuario de la Santa Casa en Nazaret, Israel
- Santuario de Nuestra Señora de Meritxell en Andorra
- Santuario de Queralt en Berga, España
- Santuario de San Francisco de Paula en Italia
- Santuario del Buen Jesús de Congonhas en Minas Gerais, Brasil
- Basílica de San Francisco de Asís, Italia

La virgen Rosa Mística se ha ido apareciendo y realizando milagros en diferentes países del mundo como por ejemplo en Colombia, Paraguay, Alemania y también Perú (Nauta), este hecho ha ocasionado que miles de personas del todo el mundo realicen viajes de manera permanente a un mismo lugar, generando divisas y turismo los lugares receptores.

Teniendo en cuenta cada una de estas teorías relacionadas al turismo religioso y sobre todo a la Virgen Rosa Mística, que es reconocida en diferentes países, me veo en la necesidad de realizar un estudio de mercado sobre la

propuesta de una ruta turística en la ciudad de Nauta, para ello se realizó el análisis de mercado.

2.2.2 El mercado

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur (2015), menciona que la demanda de un producto y/o servicio es aquella cantidad similar que desea adquirir en ciertas condiciones, en el ámbito turístico, la demanda de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), se define como el conjunto de aquellas personas que se desplazan fuera del lugar de su residencia habitual, por periodos consecutivos inferior a un año, los fines son de ocio, por negocios, entre otros motivos. La creciente actividad turística ha llevado a establecer sistemas de medición, además de comprender el comportamiento de los turistas, estimar las tendencias de la oferta y demanda. La OMT en sus estadísticas aceptadas y reconocidas por los organismos nacionales e internacionales, tiene las siguientes categorías para medir a los viajeros, así como: lugar de procedencia, el sexo, edad, ocupación, nivel salarial, con quién realiza este viaje, entre otros aspectos importantes para analizar la demanda turística.

Grassman (2011), menciona que el análisis sirve para conocer las necesidades, los hábitos de consumo, hábitos de viaje de los turistas. Se necesita conocer cuáles son las deficiencias que detectan los turistas para poder responder y mejorar los servicios; tomando en cuenta los **análisis cualitativos y cuantitativos**, en el primer análisis la encuesta directa a los clientes permite obtener información cualitativa, con respecto al segundo conviene diferenciar a los “turistas” (clientes que se quedan al menos una noche) de los excursionistas (visitantes de un día). También identificar la distribución geográfica de la demanda en la zona también supone una ayuda e informa sobre cuáles son los lugares más frecuentados y cuáles los menos.

La Secretaría de Turismo (2002), citado por Covarrubias (2012), menciona que en la oferta turística está involucrado el medio ambiente y tres grupos que son: los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de

los tres niveles de gobierno; en donde el medio ambiente es el que provee los recursos naturales, en el caso de los prestadores de servicios, ellos son los que ofrecen a los turistas los servicios de alojamiento, alimentación, entre otros servicios, aparte de ofrecer bienes y servicios ellos aportan sus costumbres, su cultura; y por último tenemos a las autoridades de los tres niveles de gobierno en donde establecen un marco legal para impulsar el desarrollo en el sector turismo, dotando de infraestructura y servicios básicos; garantizando la seguridad de los turistas y permitiendo el desarrollo en el sector turismo.

Giné (2010), menciona que el potencial turístico es identificar atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y, asimismo, definir qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse a ese destino. La identificación de ese potencial turístico nos permitirá tomar decisiones en las diversas actividades que se realizarán. Esta información recaba se debe ser claro, abierto y dinámico; permitiendo la actualización periódica de todas las variaciones que se experimenten en los recursos turísticos, y su situación nueva, así como la incorporación de los mismos.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2015). Menciona que la oferta turística es el conjunto de factores que conforman el producto y/o servicios turísticos, que cuentan con un programa orientado a los consumidores, establecimiento del precio, entre otros; generalmente la oferta esta implementada por el sector privado apoyado por el sector público en la identificación de los recursos, desarrollo de la infraestructura y la normatividad.

Rodríguez (2011), menciona que las rutas turísticas son consideradas como productos turísticos que básicamente son recorridos presentados con anticipación, lo cual ayuda puesto que brinda información a los consumidores, sobre las actividades que se llevará a cabo. Y están constituidas por elementos que son ofertados en el mercado turístico. Se le considera como ruta turística un itinerario, puesto que se sigue una ruta descrita, detallada que tiene un inicio, un punto de partida y un recorrido, para poder culminar en una llegada. Es necesario

identificar los productos que se van a ofertar, puesto que un itinerario consta de dichos productos turísticos para poder diferenciarlos de acuerdo a la zona en que éstas se encuentren.

Las rutas turísticas deben de estar comprendidas por los recursos culturales y naturales que posee una determinada zona, y a su vez tomar en cuenta el tipo de público al cual se desea ofertar los productos turísticos; y esto debido a que la ruta permitirá a los visitantes ser partícipes de situaciones curiosas, placenteras y eventos ajenos a su cotidianidad.

Sena (2014), menciona que una ruta turística es un recorrido con un trayecto ya establecido, realizando la visita de atractivos turísticos sean estos naturales, culturales, religiosos, entre otros.

Las rutas turísticas, están compuestas por un conjunto de puntos delimitados, dentro de una determinada región, a su vez que están señalizados de manera que puedan ser reconocidas. Estas rutas se organizan de acuerdo al tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo (la ruta del café, la ruta del vino).

2.3 Marco conceptual

a. Oferta turística, es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico y que en la mayoría esta implementada por la empresa privada. La oferta turística también es definida por la percepción que los turistas tienen del lugar que desean visitar. **Mincetur (s.f., 1)**

b. Demanda turística, número de personas que visitan o desean viajar, para poder satisfacer los destinos turísticos en lugares que no son de su residencia habitual, la demanda turística se evaluará por la calidad del turística, teniendo en cuenta diversos factores que motivan a los turistas para visitar dichos lugares y generar una demanda turística. **Gómez (2002, 15).**

c. **Mercado**, es una organización donde se intercambia bienes, servicios y factores productivos en la que las decisiones en torno a que producir en que cantidades y para quienes son tomadas por empresarios atentos a las preferencias de los consumidores. **Hoyo (2013, 11)**.

d. **Análisis Cuantitativo**, es el análisis que se hace a través de conceptos de objetividad, libres de creencias y valores, además de ello utiliza un método sistemático y cuantificable con el cual se puede generalizar, siendo así que se puede describir, explicar y justificar los diferentes métodos utilizados a través de la investigación.

e. **Análisis Cualitativo**, es el análisis de subjetividad consciente y el de descripción por la profundización de la problemática, es decir se producen datos descriptivos, con las propias palabras de las personas, habladas o escritas y de la conducta observable. **López Sandoval (2013)**.

f. **Santuario Religioso**, es un bien espiritual, en la vida religiosa aplicada en la intercesión, ejercicio de la caridad, además el santuario es considerado como el lugar religioso, donde todos los creyentes de Cristo llevan sus necesidades graves y urgentes, es por eso todos los creyentes deben tener unidad de oración, intercediendo el uno con el otro. **Castro (2007)**.

g. **Mercadotecnia**, produce que el consumidor pueda pagar lo que desea consumir, es decir la mercadotecnia, aparece cuando los empresarios se dan cuenta de que los clientes ya no compran sus productos, es allí donde nace la necesidad de hacer uso de medidas o técnicas que ayuden a los consumidores, esto con la finalidad de lograr dar soluciones a posibles problemas presentados en sus empresas. **Sangri (2014)**

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general.

Existe posibilidad de crear una ruta turística para la virgen de rosa mística de Nauta, periodo 2016.

3.1.2 Hipótesis específicos

Existe demanda turística en el santuario de la virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.

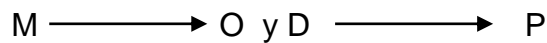
Existe oferta turística en el santuario de la virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016.

3.1.3 Variables, indicadores.

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Análisis de mercado	Análisis cualitativo	Sexo, lugar de procedencia.
	Análisis cuantitativo	Edad, ingreso familiar, percepción de la relación precio – calidad
	Recursos turísticos	Valorización de servicios, Recursos que más le gusto, Recursos que menos le gusto
	Atractivos turísticos	Razones para el viaje
	Ruta turística	Decisión de recomendar
	Servicios complementarios	Acompañante de Viaje, satisfacción de los turistas
Propuesta de la Ruta Turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta	Región o zona de objeto de estudio	Información del lugar
		Atractivos del lugar
		Nombre de la ruta
		Transporte
		Actividades
		Duración del recorrido
		Itinerario
		Comercialización

3.2. Tipo de investigación.

Descriptivo, debido a que se describe la oferta y demanda turística presentada en el distrito Nauta, tal cual se registra, y propositivo ya que con la información recaudada se formulara una propuesta de una ruta turística.



En donde:

- M : Muestra.
- O : Oferta Turística
- D : Demanda turística
- P : Propuesta de una ruta turística

3.3 Marco poblacional y muestra.

3.3.1 Población.

Según lo menciona **Soria (2014)**, a través del Diario La Región, la población está conformada por la cantidad de turistas y visitantes la cual oscila entre los 3 mil y 4 mil fieles que mes a mes visitan el santuario con la finalidad de ver Rosa Mística, para nuestra investigación se tomara como población a 3 mil fieles, esto por ser cantidad confiable de personas que visitan mes a mes dicho santuario, así mismo está compuesta por todos los recursos turísticos, lugares de acceso a la provincia de Nauta.

3.3.2 Muestra.

La muestra está conformada por los turistas y visitantes, así mismo está compuesta por todos los recursos turísticos y lugares de acceso.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó un muestreo probabilístico estadístico, tomando como base lo expresado por Herrera (2011) quien hace mención a la siguiente formula estadística:

$$N = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N - 1) 1 + Z^2 p q}$$

$$95 \%$$

Z = 1.96
E = 0.05
P = 0.6
Q = 0.4
N = 3000

$$N = \frac{3.8416 * 0.24 * 3000}{0.0025 * 2999 + 0.92198}$$

$$N = \frac{2765.952}{8.42} = 329$$

Donde:

- Z:** Coeficiente de confiabilidad. En un nivel de confianza del 95 %, es 1.96.
- P:** Proporción estimada. Asumiendo p = 50 %
- E:** Error o precisión. Asumiendo e = 5 %

Teniendo en cuenta la formula probabilista presentada se tomara como muestra a 329 turistas y visitantes que asisten mes a mes al Distrito de Nauta con la finalidad de visitar el Santuario de la Virgen Rosa Mística en el periodo 2016.

3.4 Técnicas.

La técnica es la encuesta para la primera variable, análisis de mercado, y para la segunda variable propuesta de una ruta turística se utilizó la técnica del fichaje.

3.5 Instrumento de recolección de datos.

El instrumento de recolección de datos se señala en el Anexo 1 y Anexo 2, cuestionario a los turistas y visitantes; y del mismo modo para la segunda variable se utilizó la ficha textual.

3.6 Ética

Se aplicó el cuestionario de forma anónima, y del mismo modo se citó a los autores.

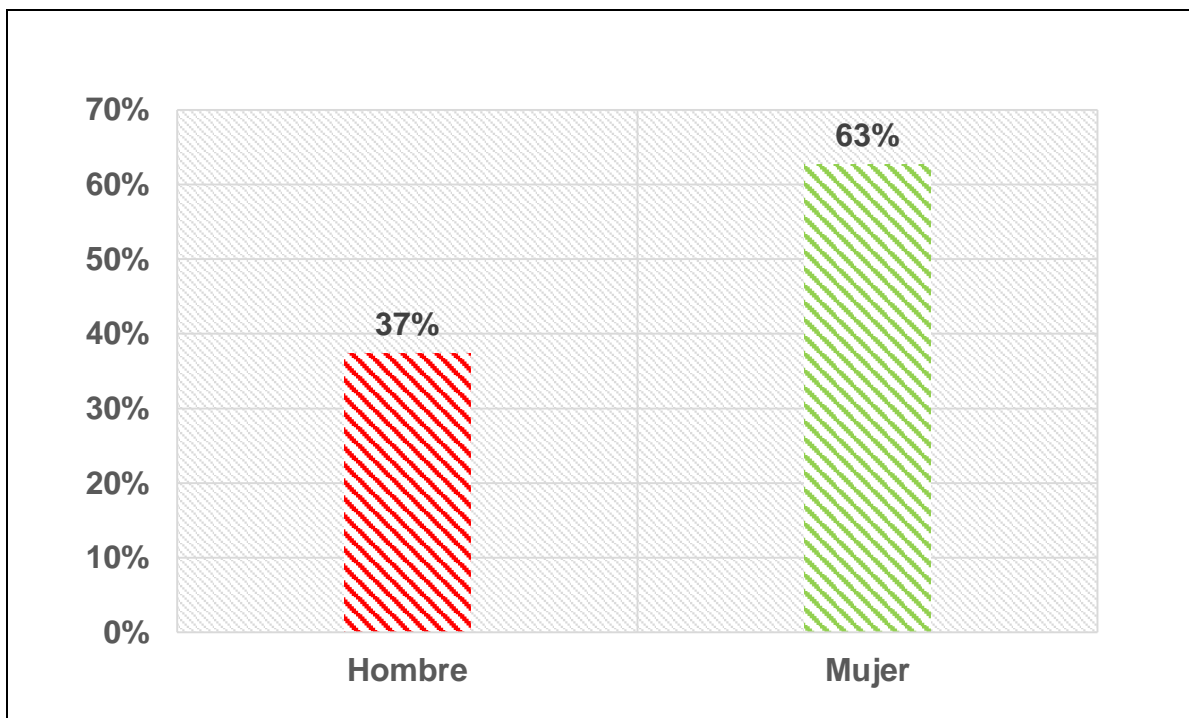
CAPÍTULO VI: RESULTADOS

4.1. Sexo de las personas que visitan el Santuario.

De la investigación efectuada se logró determinar que en su mayoría, las personas que recurren a visitar el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, son personas pertenecientes al sexo femenino; los resultados arrojan que al menos un 63% de los turistas que acuden hasta este lugar, son mujeres, mientras que el 37% restante, son varones.

Gráfico 1: Sexo

Sexo de las personas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



Elaboración: La autora.

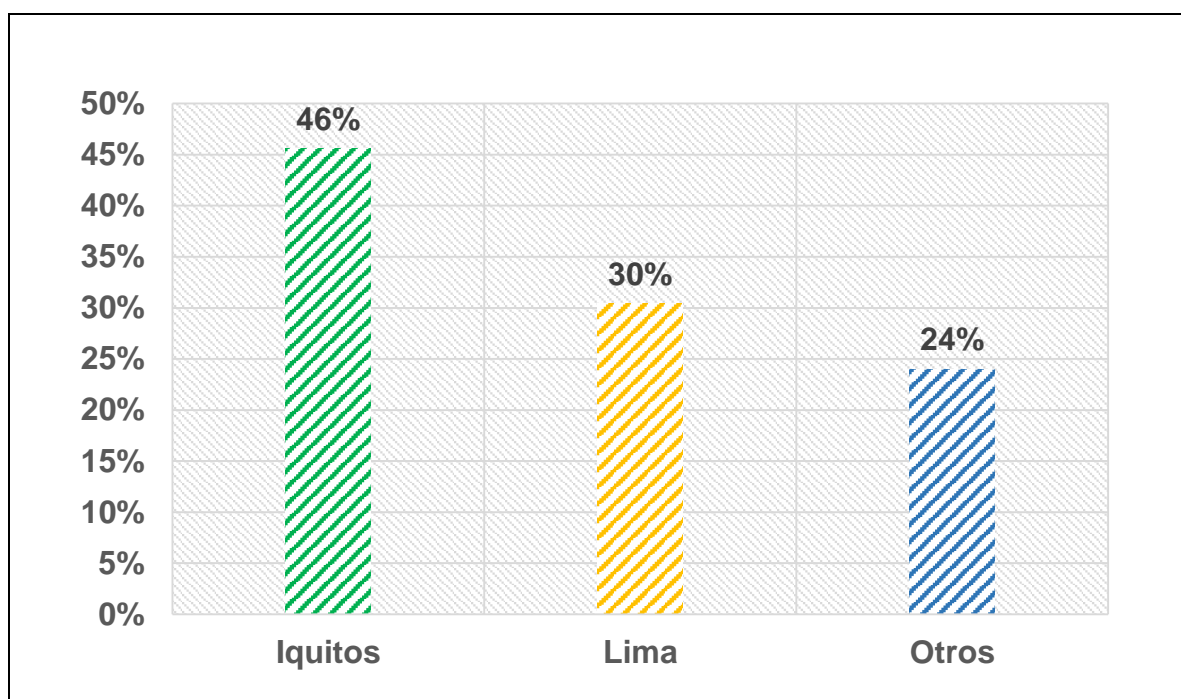
Para dar con el lugar de procedencia de las personas que acuden a visitar el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, se tomó en consideración dos ciudades principales, como lo es la ciudad de Lima y la ciudad de Iquitos.

Tras haber aplicado los instrumentos, se pudo evidenciar que la mayor parte de los visitantes registrados provienen de la ciudad de Iquitos, mientras que un 30% proviene de la ciudad Lima.

Así mismo, se ha notado que al menos un 24% de las personas acuden de otras ciudades como Arequipa, Cuzco, Pucallpa, Cajamarca, Leticia y de países como Colombia, Brasil, Puerto Rico, U.S.A, Marruecos, México, Francia, Italia, Holanda, y otros.

Gráfico 2: Lugar de procedencia

Lugar de procedencia de los turistas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



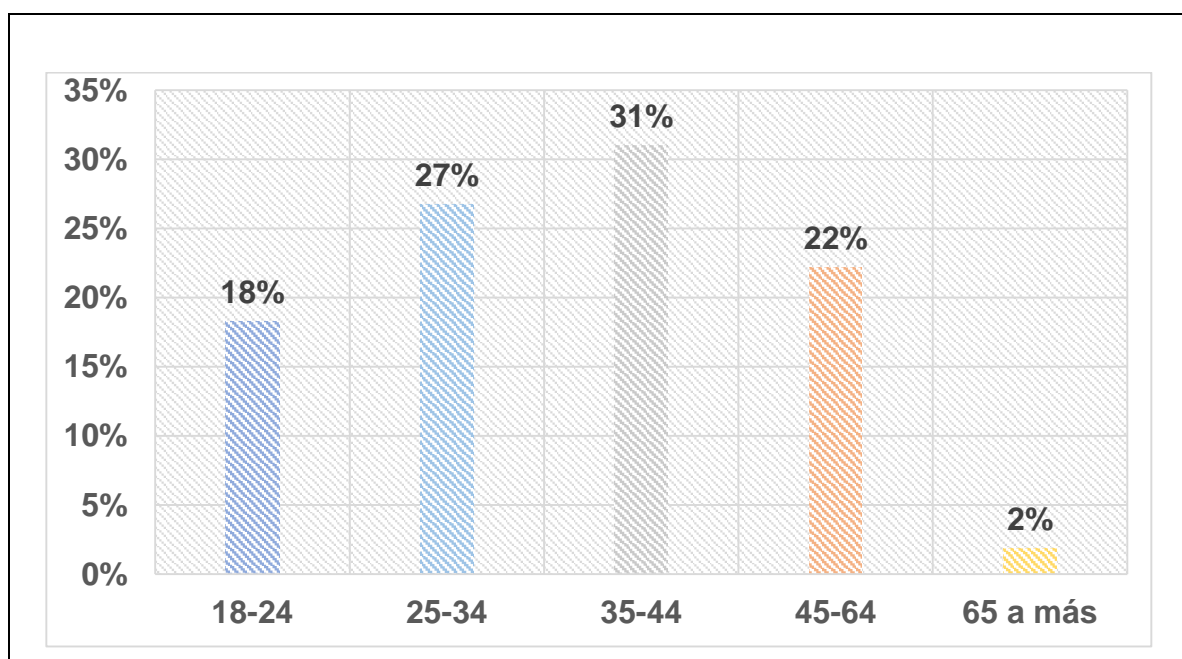
Elaboración: La autora

Gracias a la información recopilada, fue oportuno identificar las edades de los visitantes al Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta; es así que luego de haber catalogado y agrupado las edades de los turistas oscilan entre 18 a más de 65 años.

En donde la mayor cantidad de turistas que viajan a la gruta están entre los 35-44 representado con un 31%, seguido de las edades que oscilan entre 25 -34 con un 27%; y no muy abajo encontramos a turistas con edades que oscilan entre 45-64 con un 22%; también se puede apreciar que hay grupo de turistas que sus edades oscilan entre 65 años a más con un 2%; es así que se puede notar la presencia muy variada de turistas de diferentes edades.

Gráfico 3: Edad

Grupo edades de las personas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



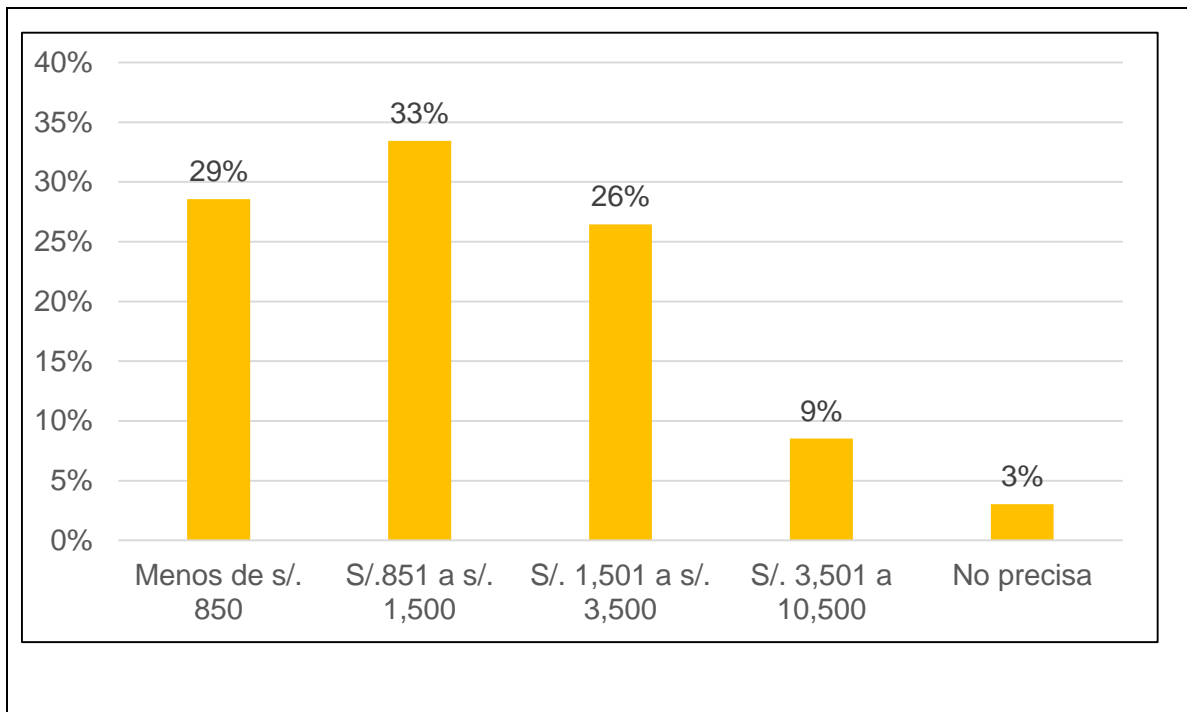
Elaboración: La autora.

De la investigación realizada para conocer el nivel de ingreso de los turistas que recorren a visitar el Santuario turística los cuales fueron un total de treientos veintinueve (329) turistas.

Se logró determinar que la mayoría de los turistas que visitan el Santuario de la Virgen Rosa Mística de nauta, son personas con ingreso económico mensual de s/850.00 – s/ 1,500.00 nuevo soles, los cuales representan un 33% del total, también se pudo evidenciar que un 29% de los turistas poseen ingresos mensuales de s/850.00 nuevo soles. Solo el 9% de los visitantes poseen ingresos mensuales que oscilan entre S/ 3,501.00- S/.10,500.00 nuevo soles, el 3% de los visitantes no precisa el ingreso mensual que posee.

Gráfico 4: Ingreso mensual

Ingreso mensual de las personas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



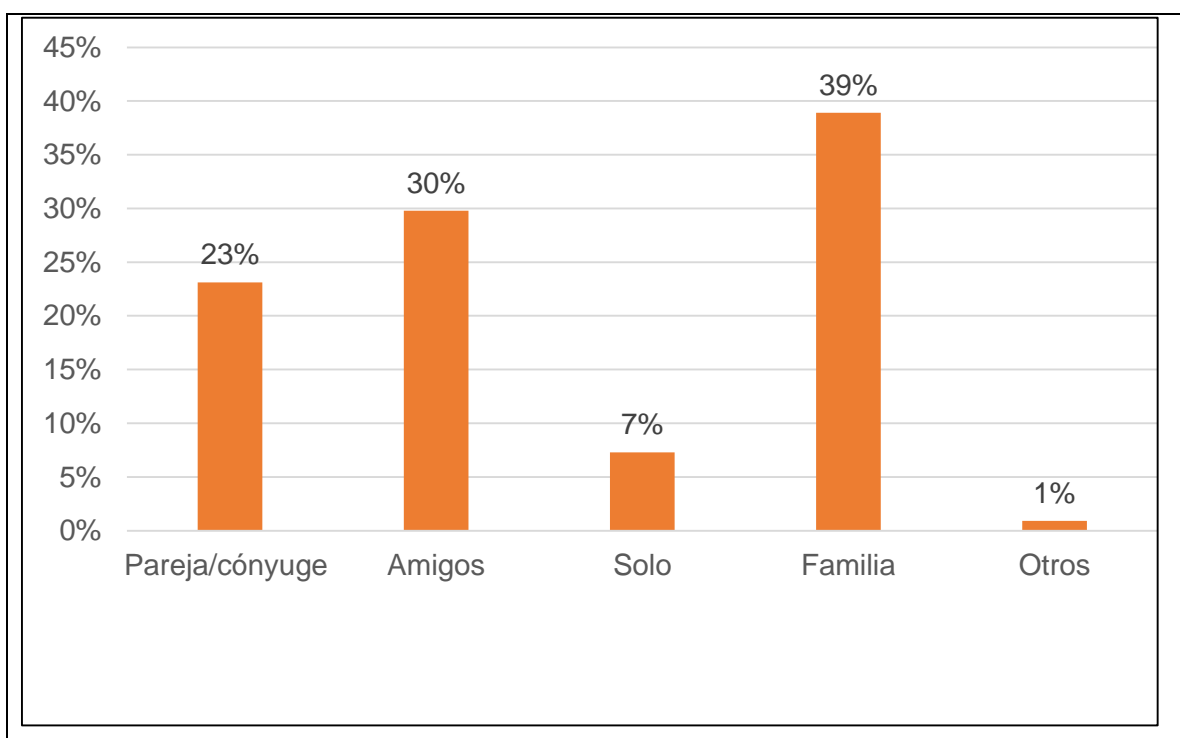
Elaboración: la autora.

De la investigación realizada, el cual permitió la recopilación de la información, para identificar los acompañantes de los turistas visitantes del Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta.

Es así se puede observar en un 39% de los turistas suelen viajar con su familia, además se puede observar que un 30% de los turistas suelen viajar con amigos, y un 23% viaja con su pareja, además los turistas que suelen viajar solos representan un 7% del total.

Gráfico 5: Acompañante

Acompañante en el viaje de las personas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.

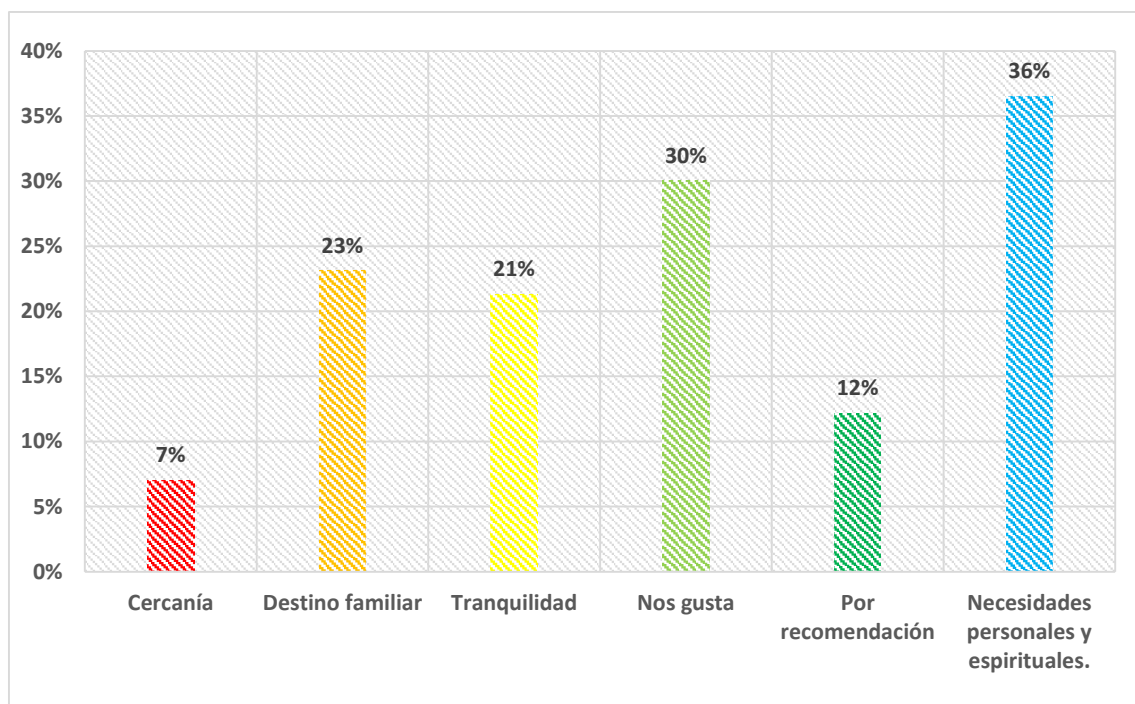


Elaboración: la autora.

De la investigación efectuada a un total de treientos veintinueve (329) turistas, del cual se logró identificar las razones por la que eligió visitar el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, del cual desprende que un 36% de los turistas eligieron visitar a la Gruta turística por razones de necesidades personales y espirituales, el 30% por razones de que les gusta este lugar, y el 23% de los visitantes mencionaron porque es un destino familiar, además se evidencio que el 12% de los visitantes llegaron hasta la Gruta turística por recomendación y solo se pudo evidenciar que un 7% menciona haber visitado por la cercanía en la que se encuentra este lugar.

Gráfico 6: Razones del viaje

Razones por la que los turistas decidieron viajaron al Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta al 2016.

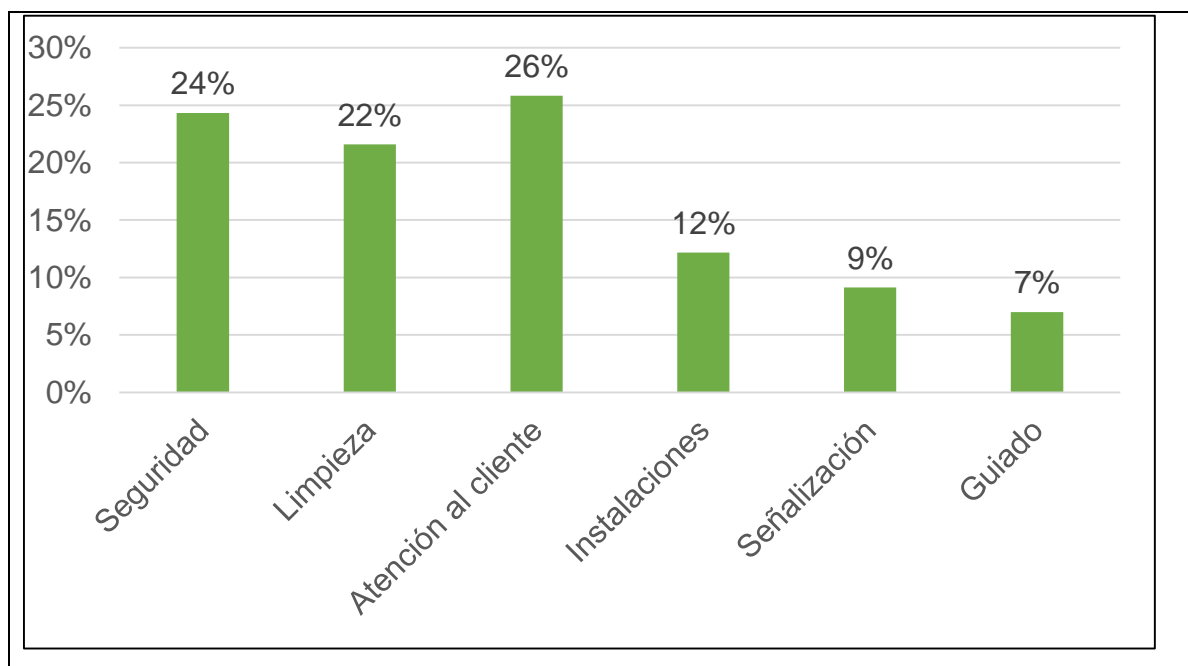


Fuente: Elaboración la autora.

Gracias a la información recopilada, se pudo identificar que los turistas visitantes al Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, manifestaron que no se sintieron satisfechos con respecto a la atención al cliente en un 26%, además seguido por la seguridad con un 24%, se pudo evidenciar que los visitantes no se encuentran satisfechos con la limpieza mostrando su incomodidad en un 22%, y solo el 9% manifestó que no estaba satisfecho con el guiado.

Gráfico 7: Valorización

Valorización de servicios recibidos de las personas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



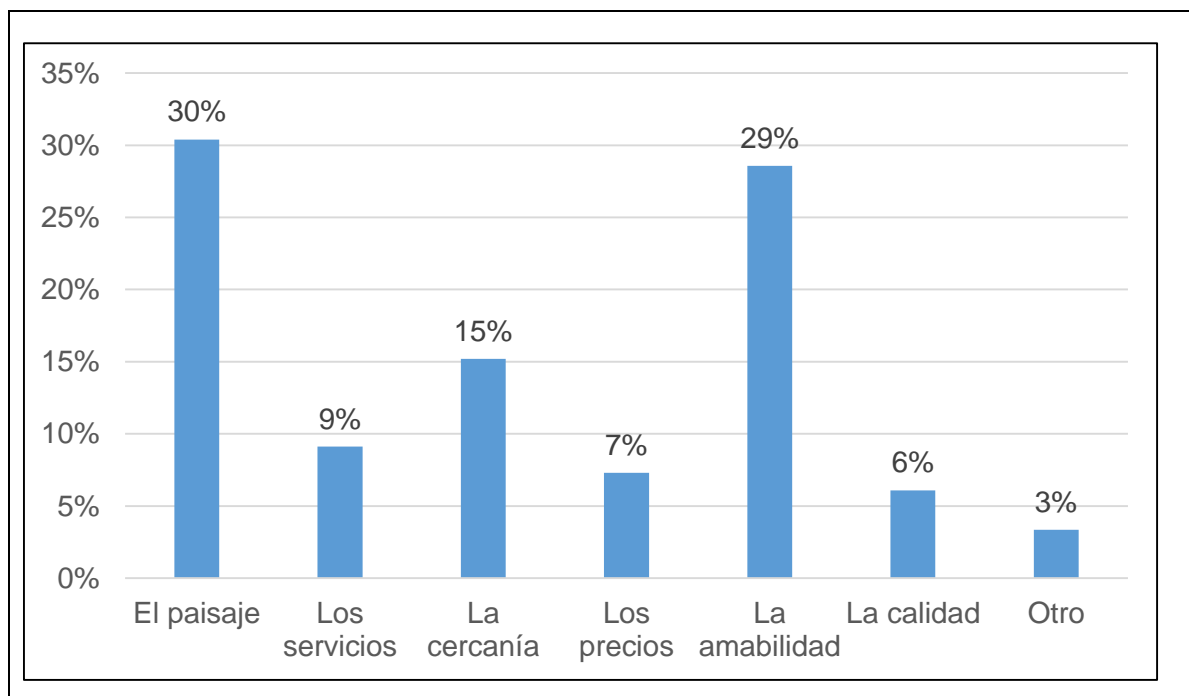
Fuente: Elaboración la autora.

La figura 8 reporta información resultante de la investigación realizada por lo que desprende que lo que más le gusta a los turistas visitantes del Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta.

Fue el paisaje del lugar en un 30%, y la habilidad de las personas del lugar en un 29%, y un 15% manifestaron que lo que más les gusta es la cercanía del lugar, solo el 7% manifestó que le gusta del lugar la calidad, y un 3% manifestó otros factores.

Gráfico 8: Recursos favorables

Recursos favorables que más les gustaron, a los turistas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.

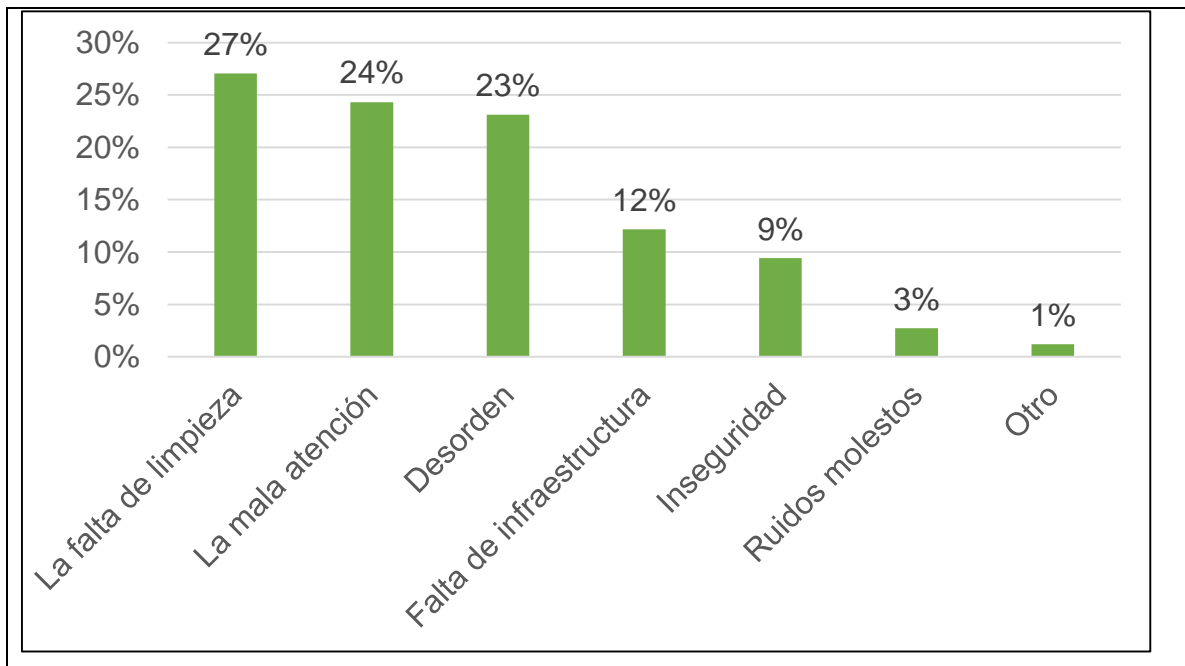


Fuente: Elaboración la autora.

Gracias a la información recopilada, fue oportuno identificar lo que menos les gusto a los visitantes el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta.

Del cual desprenden en un 27% que no les gusto la falta de limpieza del lugar, además no les gusto la atención siendo en un 24%, además se pudo evidenciar el desorden en el lugar por lo que los visitantes manifestaron su molestia en un 23%, y solo el 3% manifestó que lo gusto los ruidos molestos del lugar.

Gráfico 9: Recursos que menos les gustó, a los turistas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.

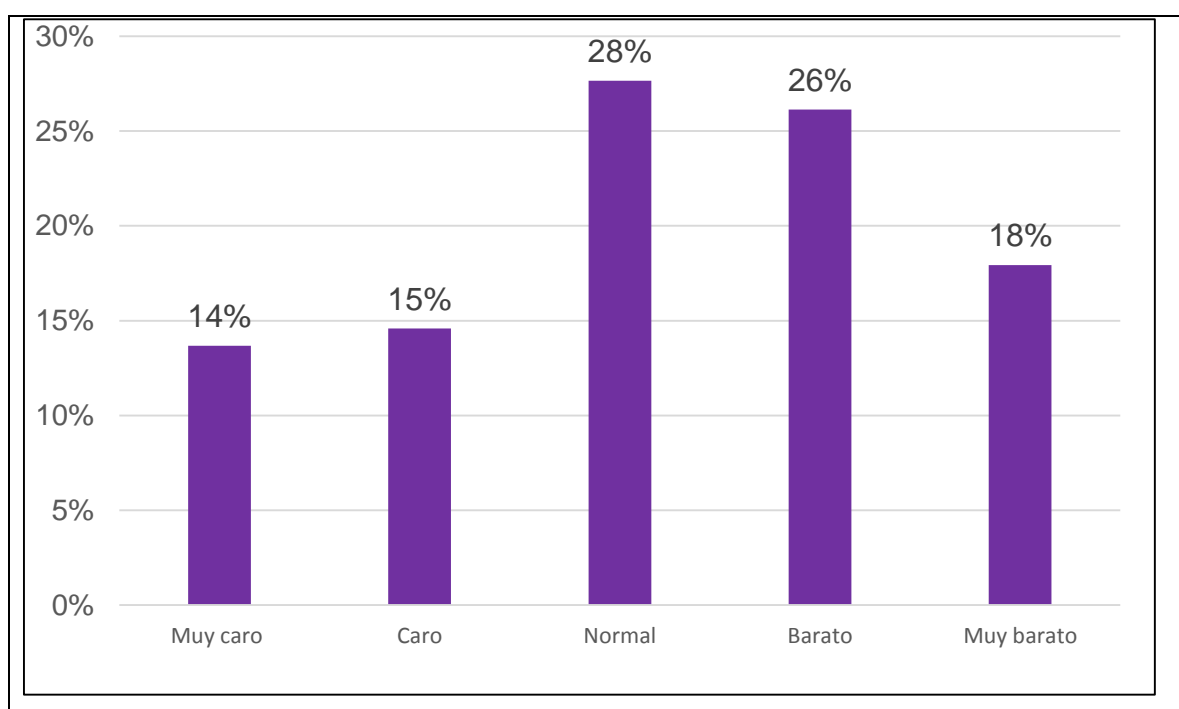


Fuente: Elaboración la autora.

De la investigación realizada, se pudo identificar que los turistas visitantes a la Gruta de la Virgen Rosa Mística de Nauta, consideran con respecto al precio calidad, el cual es considerando como normal en un 28%, además el 26% considera que es barato y solo el 14% considera que la relación precio calidad es muy cara.

Gráfico 10: Percepción precio-calidad

Percepción de la relación precio-calidad a los turistas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



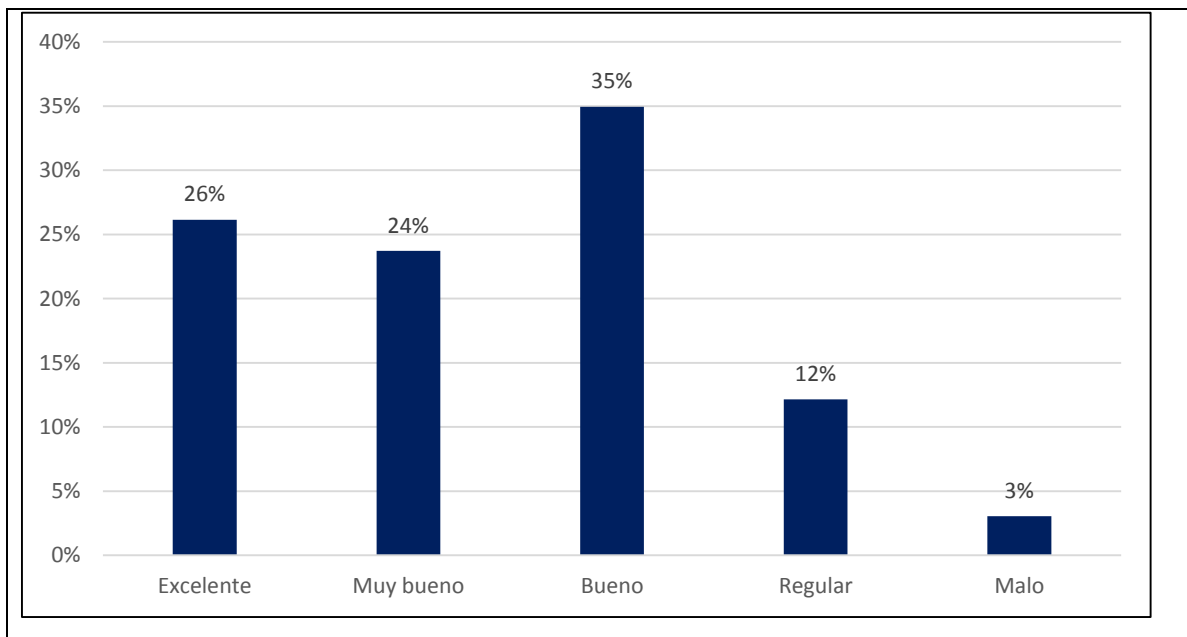
Fuente: Elaboración la autora.

Gracias a la investigación realizada se pudo identificar el grado de satisfacción de los turistas visitantes a la Gruta de la Virgen Rosa Mística de Nauta.

El cual se puede apreciar que la satisfacción de los visitantes es bueno en un 35%, además un 26% manifestó su satisfacción como excelente, solo el 3% de los visitantes manifestó su grado de satisfacción como malo.

Gráfico 11: Grado de satisfacción de los turistas

Grado de satisfacción de los turistas que visitaron el Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.

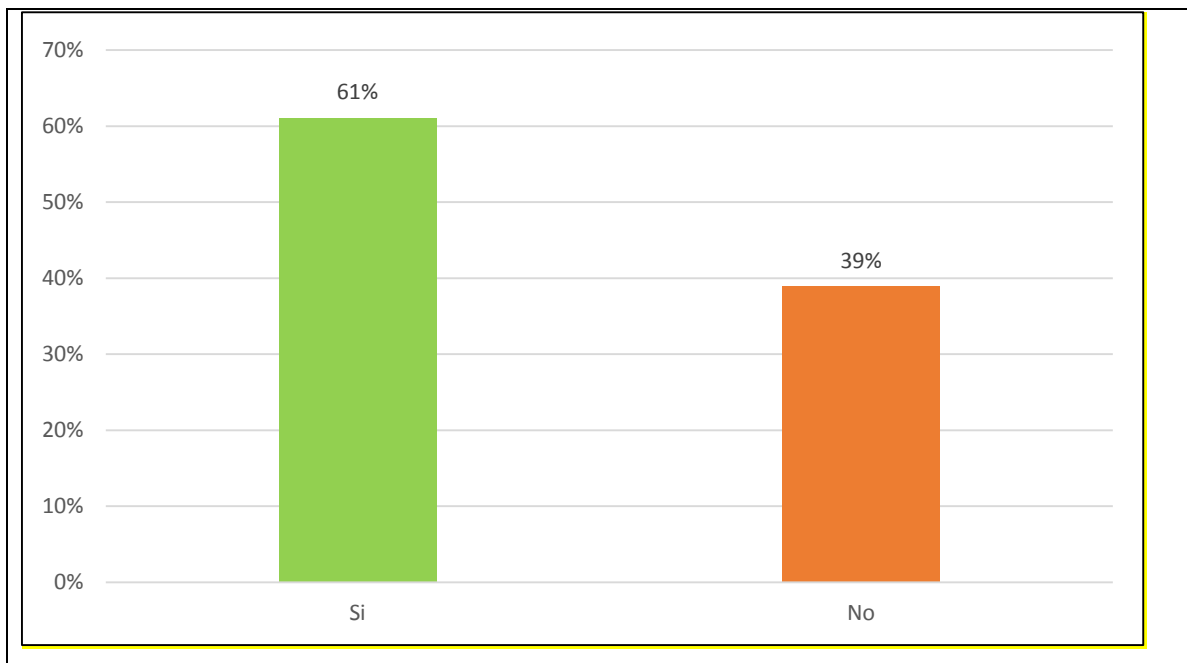


Fuente: Elaboración la autora.

La investigación realizada nos permitió conocer si los turistas visitantes a la Gruta de la Virgen Rosa Mística de Nauta, recomendarían el lugar para aumentar la demanda del mismo, en el cual se puede apreciar que si recomendarían en un 61%, y el 39% manifestó que no recomendaría.

Gráfico 12: Decisión de recomendar

Decisión de recomendar la visita al Santuario de la Virgen Rosa Mística de Nauta, al 2016.



Fuente: Elaboración la autora.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El análisis de mercado es la identificación de las oportunidades de negocio, la identificación del tamaño y la composición del mercado, pero en este caso hablamos sobre una evaluación de mercado particularmente en el turismo religioso, en donde se observa que la demanda se incrementa cada año, por tal motivo la oferta también tiene que implementarse, para ello es necesario contar con la inversión del sector público para que el sector privado también pueda invertir y arriesgarse al mercado, por tanto es importante la capacitación e implementación en la ciudad de Nauta.

Como consecuencia de una eficiente planificación y organización muchas comunidades y la ciudad misma estarían beneficiadas, ya que el turismo trae progreso y a la vez los hace conocidos ante el mundo, y es por el cual en el presente estudio se propuso una ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta.

El turismo hoy en día viene a convertirse en una de las actividades esenciales para el desarrollo de un país, sobretodo el turismo religioso ya como sabemos la mayoría de personas en el mundo siguen alguna religión en su mayoría son católicos, sintiendo gran devoción por la Virgen María en sus diferentes presentaciones, siendo así en la ciudad de Nauta se encuentra la Virgen Rosa Mística de Nauta, esta virgen según los devotos es muy milagrosa y tiene ciertas apariciones a sus fieles creyentes ya sean por devoción, curiosidad o tradición esto a su vez demanda de un estudio amplio del mercado, en esta comunidad de Nauta, contar con buenos hospedajes, con restaurantes a gusto de clientes, los cuales permitirán estudiar la demanda y oferta de esta propuesta esto a su vez debe ir de acorde a las diferentes características de los visitantes.

La presente investigación, nos muestra datos de las características de los visitantes a este lugar, siendo así que un alto porcentaje de 63% son mujeres, la mayoría procede de la misma localidad 46% (Iquitos), estos visitantes se encuentran entre las edades de 35-44 años, según la encuesta que se aplicó a

los turistas donde un 31% pertenecen a esas edades, un 33% tienen como ingresos familiares entre S/. 850 a 1,500; asimismo un 39% opino que viaja en familia, en donde un 36% viaja por necesidades, para encomendar sus peticiones a la virgen milagrosa. Por otro lado los turistas se mostraron insatisfechos en cuanto a la atención al cliente, ya que el personal que atiende no muestra interés por las necesidades de los turistas, pero a pesar de este inconveniente se sintieron a gusto con el paisaje que se observa en este lugar, según opinaron el 30%; asimismo se sintieron incómodos ya que percibieron que exista una adecuada limpieza en el lugar, descuidando los valores éticos de cada persona, asimismo se le preguntó a los turistas que opinar del precio o del costo que demanda visitar este lugar a los que la mayoría (28%) opinaron que es un precio normal o un costo normal, sintiendo así que se ajusta a su bolsillo, esto sin duda genera que el turista se sienta satisfecho por lo que se desglosa 35 que el lugar les genera una buena satisfacción, en base a este resultado se muestra que un 61% si recomendarían visitar el lugar, mientras que un 39% no recomendarían.

La oferta turística entendida como el conjunto de bienes y/o servicios que se encuentran en un determinado lugar, y se organizan de tal manera que estén disponibles en el mercado para poder ser usados, consumidos por los turistas. Para nuestro caso se tomó en cuenta la teoría del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur (2015), desarrollando una ficha de los recursos con los que cuenta el lugar, así como la infraestructura con la que cuenta, reconociendo cuáles son los productos turísticos, recursos turísticos, atractivos turísticos, medios de transporte. Es así que se conoce que el lugar objeto de estudio cuenta con dos recursos turísticos identificados: la gruta de la virgen y una catarata, se encuentra ubicada a 3 km de distancia del distrito de Nauta en el lugar conocido como CENCCA, las posibles actividades que se realiza: peregrinación, observación de flora y fauna, captura de fotografías, entre otros, cuyas necesidades son la falta de recursos para mejorar la estructura sólida para los turistas, cuenta con fácil acceso, un transporte turístico, se realiza venta de artesanías, la existencia de comercio; pero que necesitan ser mejorados ya que estos no son ofertados de manera frecuente, puesto que sólo el 13 de cada mes se realiza dicha actividad. Así también podemos observar que cuenta con una característica particular, que

aparte de poder realizar turismo cultural, también se puede realizar un turismo religioso y paisajista.

Proponer una ruta turística puede permitir el desarrollo de una comunidad, localidad, región por constituirse recursos atractivos para los turistas, y de esta manera se generará un desarrollo turístico local sustentable, para el presente estudio se tomó en cuenta la teoría de Sena (2014), en donde menciona como se puede elaborar, proponer una ruta turística, se debe de tener algunos aspectos, para lo cual en nuestro caso propusimos la ruta denominada “Ruta Turística para la virgen Rosa Mística de Nauta”, ubicada en el departamento de Loreto, en el distrito de Nauta- este sería la parte inicial denominada objeto o zona de estudio, siguiendo con la información relevante del objeto de estudio, características culturales, sociales, entre otros; para luego nombrar los atractivos que ésta posee, así mismo colocar el nombre a la ruta, en nuestro caso la mencionada anteriormente, y no obstante también mencionar el tipo de transporte, así también las diversas actividades que se van a realizar y la duración del recorrido, es así también tener el itinerario definido, y por último la difusión del lugar en mención.

CONCLUSIONES

1. Se concluye en general que el análisis de mercado con respecto a la ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta ha sido positiva, los resultados muestran datos alentadores con respecto a la demanda, y la oferta, teniendo en cuenta lo que los turistas valoraron en cada pregunta del cuestionario realizado, y se propuso una ruta turística para la virgen de rosa mística de Nauta.
2. Con respecto a la demanda se podría concluir que los que más visitaron fueron los varones en un 58%, así como el 46% de los turistas son de Iquitos, cuyas edades oscilan de los 35 a 44 años de edad, y los ingresos mensuales de los visitantes están entre S/. 850 A 1500, los mismos que suelen ir acompañados por su familia y amigos en un 39% y 30% respectivamente. Estas personas en su mayoría han llegado al lugar por necesidades personales y espirituales. Sin embargo manifestaron que lo que más les ha gustado es el paisaje y la amabilidad de la gente. En tanto, lo que menos les ha gustado es la falta de limpieza, pues hay muchas personas que van al lugar y votan la basura por doquier, así mismo, el grado de satisfacción de los clientes es bueno en un 35% y algunos manifestaron como excelente un 26%. Por lo que el 61% sí recomendaría el lugar.
3. Respecto a la oferta, el lugar posee rasgo particular, un santuario de la virgen rosa mística en Nauta, rica en historia de cómo se les apareció la imagen de la virgen, y desde ese momento cada 13 de cada mes muchos files van a peregrinar a ese lugar, otros atractivos naturales, culturales, así como el río Marañón, lo hace especial y a la vez incomparable; haciendo que los turistas locales, nacionales e internacionales se interesen en visitar; a su vez se identificó que el lugar cuenta con buena infraestructura con respecto a actividades por realizar, cuenta con servicios básicos, alojamiento, alimentación. pero también existen aspectos que se deben de

mejorar como la accesibilidad, el servicio eléctrico, cobertura de telefonía, transporte turístico, entre otros.

4. Con respecto a la propuesta para la ruta turística para la virgen rosa mística de Nauta. Se tomó en cuenta la teoría de Sena (2014), para poder elaborar dicha propuesta de ruta turística, tomando en cuenta: región o zona de objeto de estudio, siendo esta Departamento de Loreto- Distrito de Nauta, la información relevante sobre el distrito en mención, los atractivos que ésta posee, el nombre de la ruta, "Ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta", en donde se menciona el transporte, las diversas actividades que se van a realizar, la duración de éstas, así como un itinerario para tal efecto; concluyendo con la comercialización, es decir la publicidad que se podría realizar.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la población y a los entes encargados, en colaborar en la puesta en marcha de dicha ruta turística, para poder contribuir en el desarrollo de la población en mención; puesto que se ha notado una clara potencialidad turística.
2. Se recomienda a los entes encargados que de acuerdo al análisis de la demanda, se debería mejorar la infraestructura, para poder brindar una mejor estadía para los turistas y/o visitantes, así también mejorar el servicio a los turistas, con respecto a la limpieza para que brinden un mejor servicio de calidad y evaluar la capacidad de carga del atractivo para evitar la masificación y los impactos ambientales negativos.
3. Con respecto a la oferta se recomienda aprovechar al máximo el producto turístico en el distrito de Nauta, puesto que ofrece actividades que no se podrían encontrar en ningún lugar cercano a la misma; a su vez posee otros atractivos turísticos potenciales que hacen de ese lugar, un lugar mágico llena de belleza natural, turismo religioso, turismo cultural, para lo cual se debería promocionar con un mayor valor agregado que otros atractivos, y de esto modo colabora a diversificar la oferta en la ciudad de Nauta y mejorar el bienestar de la población.
4. Por último se recomienda la propuesta para la ruta turística para la virgen rosa mística de Nauta, por lo anteriormente mencionado y por otras razones más se ve la necesidad de crear dicha ruta turística, con el fin de ayudar a que muchas personas más conozcan de los atractivos de esta parte de nuestra región, ya que el turismo es uno de los sectores que aporta más ingresos a la ciudadanía.

BIBLIOGRAFIA

- Cazorla, K. (2010). Estudio de mercado para la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "la Guaira- Punta de Piedras. Caracas, Venezuela.
- Covarrubias, R. (2012). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas.
- Cuba. Chavez, I. (2012). Implementación de tres rutas turísticas para la operadora Intituring de la zona sierra centro. Ecuador.
- Dell', F. & Puche, G. (2012). Estudio de mercado para el posicionamiento como producto turístico en el mercado nacional de las playas de Choróní, Cepe y Chuao. Caracas, Venezuela. Disponible en:http://www.mincetur.gob.pe/turismo/producto_turistico/fit/fit/guias/amazonas.pdf
- DTS Consultores (2007). Identificación y puesta en valor de Rutas Turísticas para la Región de Coquimbo. Edición SERNATUR. Chile.
- Giné, H. (2010). Evaluación del potencial turístico. Satipo. Perú. Editorial Institución de Investigación de la Amazonía Peruana-IIAP.
- Gómez, B & López, F. (2002). Regionalización turística del mundo. Universidad de Barcelona, España.
- Grassman, S. (2011). Evaluar el potencial turístico de un territorio. España: Editorial Leader European Observatory.

Herrera, M. (2011). Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas. Lima. Perú. Recuperado de: <https://investigaciónpediahr.files.wordpress.com/2011/formula-para-cc3a1lculode-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categoria.pdf>

Hoyo, A. (2013). El precio de mercado. Madrid. España: Editorial Castalia: Pág:11. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=7WQVBgAAQBAJ&pg=PP11&dq=mercado&hl=es419%sa=X&ved=0ahUKEwjftjnerRAhXKOYKHS7ZBTwQ6AEIKjABv#onepage&q=mercado&f=false>

Instituto Nacional Estadística e Informática (2016). Llegada de extranjeros al país se incrementó 11,6% en agosto. Portal de Turismo. Recuperado de: <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/otras-secciones/estadisticas/item/4907-llegada-de-extranjeros-al-pais-se-incremento-11-6-en-agosto>

Lopez, N y Sandoval, I. (2013). Métodos d investigación cuantitativa y cualitativa. México. Recuperado de: http://www.pics.uson.mx/wpconte/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR (2015). Inventario de Recursos Turísticos. (1ª ed.). Lima. Perú: Editorial República del Perú.

Miralbell, E. (2010). Gestión Pública del Turismo.

Olmos, L. & García, R. (2011). Estructura del Mercado Turístico. Madrid, España. Ediciones Paraninfo S.A.

Quispe L., Karen L., y Sánchez Á., Molly K. (2014), en su tesis: Impacto de la campaña turística de PROMPERÚ “¿Y tú que planes?” En los jóvenes de 18 a 30 años del distrito de Trujillo. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.

Rodríguez, M. (2011). Diseño de una Ruta Turística de Interpretación Cultural para la Promoción y el Desarrollo Local de la Etnia Aborigena Warao en el estado de Delta amacuro, Venezuela. Edición Universidad de la Habana.

Sena (2014). Diseño de Rutas turísticas. Edición Creative Commons. Colombia.

Silva, M. (2016). Turismo receptivo creció mas de 40% entre 2011 y 2016. Portal de Turismo. Recuperado de: <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/otras-secciones/estadisticas/item/3306-turismo-receptivo-crecio-mas-de-40-entre-2011-y-2016>

Soria, C. (2014). La virgen se presentó con un manto morado diciendo que había mucho sufrimiento en el mundo. Nauta. Perú. Diario la Región. Recuperado de: <http://profeciasyrevelaciones.blogspot.pe/2014/07/la-virgen-se-presento-con-un-manto.html>

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones		
¿Hay posibilidad de crear una ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016?	Evaluar la posibilidad de crear una ruta turística para la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016	Existe posibilidad de crear una ruta turística para la virgen de rosa mística de Nauta, periodo 2016.	Análisis de mercado	Análisis de mercado	Análisis cualitativo	Encuesta
					Análisis cuantitativo	
					Recursos turísticos	
					Atractivos turísticos	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas				
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la demanda turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016? ¿Cuál es la oferta turística para el santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016? 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar la demanda turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016. Identificar la oferta turística del santuario de la Virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016. Proponer una ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta, periodo 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe demanda turística en el santuario de la virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016. Existe oferta turística en el santuario de la virgen de Rosa Mística de Nauta, periodo 2016. 	Propuesta de la ruta turística para la Virgen Mística de Nauta	Propuesta de la ruta turística para la Virgen Mística de Nauta	Ruta turística	Encuesta
Servicios complementarios	Región o zona de objeto de estudio					
Diseño	Población	Muestra				
Diseño descriptivo.	La población está conformada por la cantidad de turistas y visitantes, así mismo está compuesta por todos los recursos turísticos, lugares de acceso que ellos a Nauta, conformado por 3 mil fieles que mes a mes llegan hasta el mencionado santuario para ver a Rosa Mística.	El tamaño de la muestra se hizo por muestreo probabilístico está conformada por 329 personas.				

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: La universidad promueve el estudio de los sectores empresariales. Por ello agradecemos a usted responder a las siguientes interrogantes u opiniones.

2.1 Demanda turística

Análisis cuantitativo

Sexo:	<input type="checkbox"/>	Hombre
	<input type="checkbox"/>	Mujer

Lugar de procedencia	<input type="checkbox"/>	Iquitos, Lima y otros
----------------------	--------------------------	-----------------------

Edad	<input type="checkbox"/>	18 - 24
	<input type="checkbox"/>	25 - 34
	<input type="checkbox"/>	35 - 44
	<input type="checkbox"/>	45 - 64
	<input type="checkbox"/>	65 a más

Ingreso mensual	<input type="checkbox"/>	Menos de s/. 850
	<input type="checkbox"/>	S/.851 a s/. 1,500
	<input type="checkbox"/>	S/. 1,501 a s/. 3,500
	<input type="checkbox"/>	S/. 3,501 a 10,500
	<input type="checkbox"/>	No precisa

Viaja con:	<input type="checkbox"/>	Pareja/cónyuge
	<input type="checkbox"/>	Amigos
	<input type="checkbox"/>	Solo
	<input type="checkbox"/>	Familia
	<input type="checkbox"/>	Otros.....

Razones por la que eligió visitar:	<input type="checkbox"/>	Cercanía
	<input type="checkbox"/>	Destino familiar
	<input type="checkbox"/>	Tranquilidad
	<input type="checkbox"/>	Nos gusta
	<input type="checkbox"/>	Por recomendación
	<input type="checkbox"/>	Necesidades personales y espirituales.

Análisis cualitativo

Valore de 01 a 10 como se sintió con cada uno de los siguientes elementos: (01=para nada satisfecho... y 10=muy satisfecho)	<input type="checkbox"/>	Seguridad
	<input type="checkbox"/>	Limpieza
	<input type="checkbox"/>	Atención al cliente
	<input type="checkbox"/>	Instalaciones
	<input type="checkbox"/>	Señalización
<input type="checkbox"/>	Guiado	

Lo que más le gustó: (marque 3)	<input type="checkbox"/>	El paisaje
	<input type="checkbox"/>	Los servicios
	<input type="checkbox"/>	La cercanía
	<input type="checkbox"/>	Los precios
	<input type="checkbox"/>	La amabilidad
	<input type="checkbox"/>	La calidad
<input type="checkbox"/>	Otro.....	

lo que menos le gustó: (marque 3)	<input type="checkbox"/>	La falta de limpieza
	<input type="checkbox"/>	La mala atención
	<input type="checkbox"/>	Desorden
	<input type="checkbox"/>	Falta de infraestructura
	<input type="checkbox"/>	Inseguridad
	<input type="checkbox"/>	Ruidos molestos
	<input type="checkbox"/>	Otro.....

Percepción relación Precio- calidad: (de la totalidad de los servicios)	<input type="checkbox"/>	Muy caro
	<input type="checkbox"/>	Caro
	<input type="checkbox"/>	Normal
	<input type="checkbox"/>	Barato
	<input type="checkbox"/>	Muy barato

su grado de satisfacción es:	<input type="checkbox"/>	Excelente
	<input type="checkbox"/>	Muy bueno
	<input type="checkbox"/>	Bueno
	<input type="checkbox"/>	Regular
	<input type="checkbox"/>	Malo

nos recomendaría	<input type="checkbox"/>	Si
	<input type="checkbox"/>	No

2.2 Oferta Turística

	INFRAESTRUCTURA					
Accesibilidad	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Electricidad	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Actividades posibles	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Servicios básicos	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Cobertura telefonía	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Alojamiento	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Alimentación	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Transporte turístico	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Venta de artesanías	Malo	()	Regular	()	Bueno	()
Tiendas	Malo	()	Regular	()	Bueno	()

ANEXO: 3 PROPUESTA DE LA RUTA TURÍSTICA

Zona de objeto de estudio	Departamento de Loreto - Distrito de Nauta	
Información	Nauta es una ciudad del departamento de Loreto. Fue fundada el 30 de abril de 1830, por el cacique Manuel Pacaya Irarica, líder del pueblo nativo cocama. Cuentan que un 26 de octubre de 2011, cuando un grupo de personas que participaban en una actividad religiosa se apareció una silueta en forma de Virgen, en el Centro de Capacitación Campesina (CENCCA), desde ese momento por decisión de los propios pobladores se acordó venerar todos los 13 de cada mes a la Virgen. La distancia que separa a Nauta es de 3km. Las largas caminatas se iniciaron un 13 de noviembre. Mes a mes se ha sumado numerosos fieles que llegan desde Iquitos, Lima y otras ciudades y país del mundo.	
Atractivos	Santuario de la Virgen Rosa Mística en Nauta	
	La laguna milagrosa.	
	Bambús que naturalmente forman una inmensa gruta que a su vez alberga la urna de la virgen mística de Nauta.	
	Río Marañón (mirador de Nauta)	
Nombre de la ruta	Ruta turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta.	
Transporte	Transporte terrestre desde Iquitos a Nauta. Transporte terrestre o fluvial hasta el Santuario	
Actividades	Degustación de platos típicos	
	Paseo al mirador de Nauta	
	Participar en las actividades de peregrinación	
Duración del recorrido	8 horas aproximadamente	
Itinerario	Viaje de Iquitos a Nauta (en el recorrido visitaremos El Centro Amazónico de Rescate km 4.5) Desayuno en el Recreo Turístico "El Encanto de la Laguna"	7:00 – 10:00 am
	Misa en la Parroquia Santiago y Felipe	10:00 -11:00
	Peregrinación hacia Santuario de la Virgen Rosa Mística	11:00 -11:45
	Llegada al Santuario y celebración de la liturgia de la palabra.	12:00 -1:00
	Contemplación a la gruta de la virgen y visita al manantial "milagroso"	1:00 - 1:30
	Almuerzo amazónico	1:30 - 3:00
	Visita al mirador de Nauta	3:00 - 6:00
	Regreso a la Ciudad de Iquitos	6:00 - 8:00
Comercialización	Venta de polo, rosario, accesorios y recordatorios de la Virgen Rosa Mística	
	Venta de artesanías del lugar	
	Venta de frutas y comidas típicas de nuestra región	
	Publicidad por la radio y televisión, periódicos y redes sociales.	
	Venta paquetes de peregrinación por parte de la agencias de viajes.	

ANEXO: 04

Presupuesto de la Ruta Turística para la Virgen Rosa Mística de Nauta

Los costos que se van a aplicar para armar un paquete turístico, va a incluir a los diferentes intermediarios con los que se trabaje, es así que contamos con:

Establecimientos de hospedaje, proveedores, transporte fluvial y terrestre, personal de trabajo: guías, enfermera, trasladistas, motoristas, agencias, tour operadores, etc.

El monto total del paquete se va a calcular de acuerdo a las alternativas elegidas por nuestros clientes. Para ofertar un paquete en el mercado pre establecido, estimaremos costos (Σ) más los respectivos recargos de utilidad y catalogándola por tipo de servicio, es decir, la opción económica y promedio.

N°	DEFINICION	ECONOMICA	PROMEDIO
3	Hotel Plaza de Armas Nauta	S/. 60.00	S/. 90.00
4	Bus y motokar (ida y vuelta)	S/. 30.00	S/. 50.00
5	Alimentación (desayuno, almuerzo y cena)	S/. 60.00	S/. 80.00
6	(transporte fluvial)	S/. 50.00	S/. 70.00
8	Tour conducto	S/. 25.00	S/. 25.0
9	Guia nativo del lugar	S/. 10.00	S/. 10.00
	TOTAL	S/. 235	S/. 325.00

El paquete es por persona.

La utilidad o ganancia de los paquetes turísticos, se destinara para el pago de personal contratado y en la elaboración de material promocional