

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO
EN LA ISLA DE LOS UROS 2015 -2016**

TESIS

PRESENTADA POR:

FRANCISCA JUSTO CLAVITEA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERU

2017

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LA ISLA
DE LOS UROS 2015 -2016**

TESIS PRESENTADA POR:

FRANCISCA JUSTO CLAVITEA

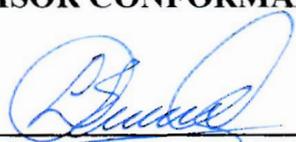
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

: 
_____ **Dr. LUZ EGIDIA ARCAYA CHAMBILLA**

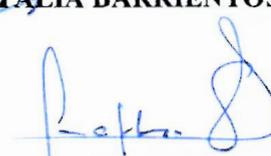
PRIMER MIEMBRO

: 
_____ **MSc. ADRIAN QUISPE ESCOBAR**

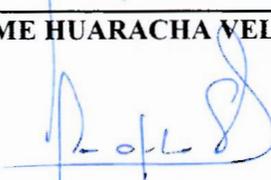
SEGUNDO MIEMBRO

: 
_____ **D.Sc. KATIA NATALIA BARRIENTOS PAREDES**

DIRECTOR DE TESIS

: 
_____ **Lic. JAIME HUARACHA VELASQUEZ**

ASESOR DE TESIS

: 
_____ **Lic. JAIME HUARACHA VELASQUEZ**

**ÁREA: Ciencias Sociales.
TEMA: Impacto Socioeconómico.
LÍNEA: Desarrollo Regional**

Fecha de sustentación: 11 de enero del 2017.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi hija Keitlyn Alessandra,

Que de ahora en adelante es mi inspiración.

*A ti Cesar Romero mi esposo y a la vida que me
enseñó a levantarme con más fuerza tras cada caída.*

AGRADECIMIENTOS

A mi alma mater Universidad Nacional del Altiplano-Puno, por darme la oportunidad de adquirir una formación profesional de excelencia.

A los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo, por su entrega y dedicación en compartir sus conocimientos y estimular mi aprendizaje a lo largo de los 5 años de formación académica.

A mi Asesor Lic. Jaime Huaracha Velásquez, por aceptar realizar esta tesis bajo su dirección, y darme los lineamientos, orientación y su tiempo a lo largo de la investigación.

A mis jurados Dra. Luz Egidia Arcaya Chambilla, Msc. Adrian Quispe Escobar, Dra. Katia Natalia Barrientos Paredes; por su acertada orientación en la elaboración de la tesis.

A Ellos Mi Eterna Gratitud.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
INDICE DE FIGURAS	8
INDICE DE TABLAS	9
INDICE DE GRÁFICOS	10
INDICE DE ACRÓNIMOS	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	16
1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1. A nivel local	17
1.3.2. A nivel nacional.....	19
1.3.3. A nivel internacional	22
1.4. OBJETIVOS:.....	24
1.4.1. Objetivo general	24
1.4.2. Objetivos específicos:	24

CAPITULO II**MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA
INVESTIGACIÓN**

2.1. MARCO TEÓRICO	25
2.1.1. Demanda turística	25
2.1.2. Oferta turística	34
2.1.3. Impacto socioeconómico.....	36
2.2. MARCO CONCEPTUAL	46
2.3. HIPÓTESIS:	51
2.3.1. Hipótesis general:	51
2.3.2. Hipótesis específicas:.....	51

CAPITULO III**MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	52
3.2. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.3. ÁMBITO DE ESTUDIO	52
3.4. UNIDADES DE OBSERVACIÓN:.....	52
3.5. UNIDADES DE ANÁLISIS:	52
3.6. NIVEL DE ANÁLISIS:	53
3.7. EJES DE ANÁLISIS:	53
3.8. UNIVERSO DE POBLACIÓN Y MUESTRA:	53
3.9. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .	54

CAPÍTULO IV**CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

4.1.	ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	56
4.2.	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	57
4.3.	DIVISIÓN POLÍTICA.....	60
4.4.	ASPECTO HIDROGRÁFICO:.....	60
4.5.	ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LAS ISLAS DE LOS UROS.....	62
4.6.	MEDIOS DE PROMOCIÓN	70
4.7.	INSTITUCIONES DE APOYO	71

CAPITULO V**EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

5.1.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA	72
5.2.	ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO.	73
5.2.1.	Análisis del impacto social	73
5.2.2.	Análisis del impacto económico.....	89
5.3.	Evaluación de los impactos socioeconómicos del turismo en las Islas de los Uros	95
	CONCLUSIONES	97
	RECOMENDACIONES	99
	BIBLIOGRAFÍA	100
	ANEXOS	104
	ANEXO A: Encuesta aplicada.....	105
	ANEXO B: Cuadros de frecuencia	110
	ANEXO C: Imágenes.	115

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación.....	56
Figura 2. Vista de los paneles solares en la isla.....	59
Figura 3. Vista de los baños secos.....	60
Figura 4. Vista panorámica de las islas.....	62
Figura 5. Vista de una isla bien conservada.....	63
Figura 6. Vista de los pobladores llevando totora.....	64
Figura 7. Vista de una emprendedora cocinando a fogón.....	65
Figura 8. Vista de la cocina.....	66
Figura 9. Vestimenta típica Uros.....	67
Figura 10. Vista de una habitación en la isla.....	68
Figura 11. Presentación de una cama matrimonial.....	69
Figura 12. Google.....	70
Figura 13. Youtube.....	71
Figura 14. Vista del comedor.....	115
Figura 15. Vista de los emprendedores llenando las encuestas en el taller.....	115
Figura 16. Vista de los emprendedores en el taller.....	116
Figura 17. Vista de los quillis para la construcción de la isla.....	116
Figura 18. Vista de la isla en miniatura.....	117
Figura 19. Vista de un recolector de basura flotante.....	117

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron la Isla de los Uros.....	32
Tabla 2. Motivaciones para realizar turismo rural comunitario en Puno.....	33
Tabla 3. Comunidades nativas visitadas en Puno.	33
Tabla 4. Actividades realizadas en las comunidades nativas.....	33
Tabla 5. Alojamientos utilizados en la comunidad nativa.	33
Tabla 6. Pernoctación en las comunidades nativas de Puno.....	33
Tabla 7. Gasto por turista en las comunidades nativas de Puno	34
Tabla 8. Agencias de viajes proveedoras de turistas.	70
Tabla 9. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a Puno/ años 2015-2016.....	72
Tabla 10. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a la islas de los Uros Puno 2015-2016	72
Tabla 11. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a la islas de los Uros-Puno Año 2016 por meses.	72
Tabla 12. Variables e Indicadores Aplicados para la Evaluación de Impactos Sociales del Turismo en las islas de los Uros.	95
Tabla 13. Variables e Indicadores Aplicados para la Evaluación de Impactos Económicos del Turismo en las islas de los Uros.	96

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organización de los emprendedores en las islas de los Uros.	73
Gráfico 2. Actividades que realizan en dichas organizaciones.....	74
Gráfico 3. Áreas en las que se capacitaron los emprendedores de las islas de los Uros.....	75
Gráfico 4. Alianza de los emprendedores de las islas de los Uros con las agencias de viajes.	76
Gráfico 5. Forma de contacto para llegar a su isla.....	77
Gráfico 6. Medios de promoción que utiliza su emprendimiento.....	77
Gráfico 7. Servicios básicos con que cuentan los emprendedores de las islas de los Uros. .	78
Gráfico 8. Tipo de cocina que utilizan los emprendedores de las islas de los Uros.	79
Gráfico 9. Insumos que utilizan para su alimentación los emprendedores de las islas de los Uros.....	80
Gráfico 10. Grado de instrucción de los emprendedores de las islas de los Uros.	80
Gráfico 11. Inversión mensual para los estudios de sus hijos.	81
Gráfico 12. Carreras profesionales con mayor demanda por parte de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros.	82
Gráfico 13. Cambios importantes en la vida de los emprendedores de las islas de los Uros.	83
Gráfico 14. Actividades de los emprendedores de las islas de los Uros para la conservación de su cultura.....	84
Gráfico 15. Los pobladores de las islas de los Uros y su comportamiento hacia el turista. .	84
Gráfico 16. Actitud de recepción frente al turista cuando llega a su emprendimiento.....	85

Gráfico 17. Migración de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros por la actividad turística.....	86
Gráfico 18. Se pierde la identidad cultural por la actividad turística.....	87
Gráfico 19. El turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades.....	88
Gráfico 20. La principal fuente de ingresos para la familia emprendedora de las islas de los Uros.....	89
Gráfico 21. Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar una buena atención al turista.....	90
Gráfico 22. Ingreso mensual de los emprendedores de las islas de los Uros.	90
Gráfico 23. Bienes con que cuentan las familias emprendedoras de las islas de los Uros. ..	91
Gráfico 24. El turismo produce aumento en la comercialización de bienes y servicios.....	92
Gráfico 25. El turismo ha hecho que suban los precios en las islas y que se incremente el costo de vida.	93
Gráfico 26. La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores.....	94

INDICE DE ACRÓNIMOS

DIRCETUR : Dirección de Comercio Exterior y Turismo.

R.N.T : Reserva Nacional del Titicaca.

OMT : Organización Mundial de Turismo.

MINCETUR : Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

PROMPERU: Promoción del Perú.

INEI : Instituto Nacional de Estadística e Informática.

AEUTAL : Asociación de Empresas Unificadas de Transporte Lacustre de Puno.

MPP : Municipalidad Provincial de Puno.

CETPRO : Centros de Educación Técnica Productiva.

RESUMEN

En la presente tesis de investigación, el objetivo es determinar el impacto de la demanda turística en el aspecto socioeconómico en las islas de los Uros, la metodología es de tipo descriptivo y diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población total es de 272 familias según INEI, cuya muestra determinada es de 50 familias, para la obtención de datos se utilizó como instrumento la encuesta. Como resultado en el aspecto económico se observa un impacto positivo ya que el 72% afirma que el turismo genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores, así como el incremento de sus ingresos económicos; un 66% de la población considera que la venta de artesanía se ha convertido en su principal ingreso económico, complementando con la venta de gastronomía local, transporte acuático, lo que les permite elevar su calidad de vida en cuanto a educación, salud y alimentación se refiere. En el aspecto social y cultural el impacto es positivo despertando el interés por conservar y revalorar sus costumbres y tradiciones así hacer sostenible esta actividad en el tiempo. Por otro lado, desde el punto de vista de la demanda, el 96% del total de turistas que visitan las comunidades nativas de Puno visita las islas de los Uros, este estudio es la base para que entidades del sector público y privado ligadas al turismo, trabajen teniendo en cuenta los efectos que conlleva la actividad turística; insertando políticas turísticas adecuadas para reforzar los impactos positivos y atenuar los impactos negativos.

Palabras clave: Demanda turística, impacto socioeconómico, turismo, tradiciones, ingreso económico.

ABSTRACT

In this research thesis, the objective is to determine the impact of tourism demand on the socioeconomic aspect in the Uros Islands, the methodology is of descriptive type and non-experimental design, quantitative approach. The total population is of 272 families according to INEI, whose determined sample is of 50 families, for the obtaining of data the survey was used as an instrument. As a result of the economic aspect, a positive impact is observed, since 72% affirm that tourism generates great employment opportunities and capacity development for the inhabitants, as well as the increase of their economic income; 66% of the population considers that the sale of handicrafts has become their main economic income, complementing the sale of local gastronomy, water transport, which allows them to raise their quality of life in terms of education, health and nutrition refers. In the social and cultural aspect, the impact is positive, awakening interest in preserving and reassessing their customs and traditions, thus making this activity sustainable over time. On the other hand, from the point of view of the demand, 96% of the total of tourists who visit the native communities of Puno visit the islands of the Uros, this study is the base so that entities of the public and private sector linked to tourism, work taking into account the effects of tourism activity; inserting adequate tourism policies to reinforce positive impacts and mitigate negative impacts.

Key words: Tourism demand, socioeconomic impact, tourism, traditions, economic income.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Las islas flotantes de los Uros, localizado en la bahía de Puno, es uno de los destinos turísticos más importantes para el Sur peruano, teniendo así un constante flujo de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año. Este sitio cuenta con servicios de alojamiento rural, alimentación y otras actividades complementarias así como diversas tradiciones culturales.

El encuentro entre el turista y el poblador que lo recibe, provenientes de distintas culturas, genera cambios y efectos en el aspecto social, cultural y económico, por una parte es una oportunidad para generar empleo, involucrar a todos en el trabajo y tener mayores ingresos económicos y elevar su calidad de vida; por otro lado se unen culturas diferentes, con hábitos y costumbres muy distintos afectando así la parte social de los anfitriones.

La demanda turística en la isla de los Uros es un factor determinante para el fortalecimiento de la economía en las familias emprendedoras. Se muestra el impacto socioeconómico producto de la actividad turística en los emprendedores de las islas de los Uros, cuyo resultado es una mejor calidad de vida en cuanto a salud y educación, también la valoración de sus costumbres y tradiciones. En el aspecto económico la actividad turística ha permitido generar ingresos y crear empleo de manera integral. Es así que analizamos la influencia de la demanda turística en el aspecto socioeconómico, de la actividad turística en las islas de los Uros; para lo cual utilizamos el enfoque cualitativo-cuantitativo, la investigación es descriptiva no experimental y diseño transversal.

El contenido de la presente tesis está dividido en cinco capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del problema, antecedentes y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Marco teórico, marco conceptual, e hipótesis de la investigación.

Capítulo III: Enfoque metodológico, técnicas e instrumentos.

Capítulo IV: La caracterización de la investigación, incidiendo en los aspectos generales que describe al lugar objeto de estudio como es las islas de los Uros.

Capítulo V: Se exponen y analizan los resultados obtenidos de la investigación, con cuadros y gráficos estadísticos. Se termina con las conclusiones y recomendaciones producto de la investigación.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Toda persona se ocupa de una determinada actividad para poder subsistir y en consecuencia mantener a su familia y dentro de todas estas actividades el turismo, en los últimos años el incremento turístico ha sido significativo en Puno; desde el año 2005 hasta el 2008, se tuvo un ligero incremento, con un total de arribos entre turistas nacionales y extranjeros para el 2005 un total de: 203161, el 2006 un total de 222726, el 2007 un total de 256152, el 2008 un total de 290151, mientras que el 2009 con un total de 278153 el turismo disminuyó en un 4%; aunque en estos últimos años se revirtió en un 8.4% hacia arriba (DIRCETUR, 2014); específicamente en la Islas Flotantes de los Uros, en la que su forma de vida cotidiana, su organización social, cultural y económica, brindan al turista una visita interesante y acogedora con sus costumbres, lo tradicional en sus viviendas y vestimenta, implementando los servicios básicos y atención al cliente; los pobladores han visto esta actividad muy rentable generando ingresos económicos por actividades como por la venta de artesanía, el servicio de hospedaje, alimentación, transporte acuático, paseo en lancha a los turistas que visitan las islas complementando con la pesca.

En la Isla de los Uros una de los principales problemas es que los pobladores se visten, cocinan, cantan para los turistas como una mera actuación sin autenticidad, intentando insertarse en la actividad turística pero a la vez algunos pobladores incorporaron la organización moderna haciendo de su isla una microempresa, pero no siempre los recursos generados son reinvertidos.

Así cabe la necesidad de identificar el impacto socioeconómico que ha causado el turismo en la Isla de los Uros. Por lo tanto, nos planteamos las siguientes interrogantes:

Problema general:

¿Cómo influye la demanda turística en el desarrollo socio-económico de la Isla de los Uros?

Problemas específicos:

¿Cómo es la situación del impacto de la demanda turística en el aspecto social de la isla de los Uros?

¿Cómo es la situación del impacto de la demanda turística en el aspecto económico de la isla de los Uros?

1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. A nivel local

(Salvador, 2006) En su Tesis; *La gestión del turismo en las islas flotantes de los Uros: Diagnóstico y propuesta*; Cuyo Objetivo es desarrollar un plan de manejo y uso turístico que permita optimizar la administración de los recursos turísticos en la isla flotante de los Uros como parte de la R.N.T y concluye que los modelos de gestión aplicados hasta la fecha, han estado orientados a buscar beneficios individuales y no integrales, cada administración ha velado por dar una buena gestión a su área, pero se ha trabajado poco en la tarea de integración, de unión de esfuerzos para sacar adelante uno de los principales destinos turísticos como es la isla flotante de los Uros. También señala que la educación es parte de

la formación integral de la persona, si esta es buena y consciente redundará no solo sobre ella, sino sobre su entorno social, dándosele un mejor nivel de comprensión de las cosas y desarrollando en ella, los valores necesarios para un correcto proceder. Concluye que la falta no de una educación en consciencia turística sino más bien de una correcta comprensión de la misma ayudará en gran medida a que las administraciones responsables de dar gestión sobre el desarrollo del turismo, tengan como principal protagonista al poblador mismo, quien sabrá preocuparse no sólo por buscar un mejor desempeño de la actividad turística, sino por elevar su nivel de vida y entorno social, sin perder ni un ápice de su identidad propia la cual marca la diferencia dentro de un mundo globalizado.

(Suaña, 2008) En su Tesis; *Recopilación histórica y lineamientos de uso turístico de las islas flotantes de los Uros*; cuyo objetivo es promover el turismo vivencial alternativo en las islas flotantes de los Uros y concluye que la organización del turismo se sustenta actualmente en la estructura organizacional de la comunidad. En la actualidad, la forma estructural organizativa resulta inadecuada por su falta de eficiencia para dinamizar la actividad turística en las islas. El problema de la oferta turística radica fundamentalmente en la prestación de servicios de alojamiento, atención al turista que visita las islas, deficiente identidad cultural, servicios complementarios en los cuales se necesita organización interna y compromiso de cada familia, en la actualidad los Uros es ofertado en forma individualista lo cual no garantiza una estadía prolongada y una oferta integral.

(Torres, 2009) En su Tesis; *“Incidencias Socioeconómicas del Turismo Rural en Ccotos”*. Cuyo Objetivo es conocer las incidencias socioeconómicas del turismo rural en Ccotos y concluye que la influencia del turismo rural en el aspecto socioeconómico en los pobladores, se pudo notar que en realidad tuvieron un incremento en sus ingresos económicos para sus familias de los pobladores que si se involucraron en la actividad turística, así

aprovechando la existencia del aspecto físico – geográfico – natural del Centro Poblado de Ccotos y reúna las condiciones propicias y aptas para desarrollar el turismo rural.

(Ticona, 2010) En su Tesis; *“El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno”*, plantea el objetivo, conocer las incidencias socioeconómicas del desarrollo del turismo rural en las comunidades circunlacustre dentro de la jurisdicción de la península de Chucuito. Todas las tesis mencionadas se ha se fundamentan básicamente como debe ser la organización desde el enfoque del turismo rural comunitario, basado en inventario turístico, sin embargo en su mayoría están inmersos en propuestas, programas, excursiones desde un enfoque más teórico, y de manera muy convencional, limitándose así en su mayoría a analizar la demanda potencial y el perfil del que los turistas desean o la participación de la población para la creación de productos turísticos en el que todos estén dispuestos a participar.

1.3.2. A nivel nacional

(León, 2011) En su Tesis; *“Impacto del turismo en Maras (Urubamba-Cusco)”*. Cuyo Objetivo es investigar las causas y consecuencias de la ausencia de servicios turísticos en la ciudad de Maras y la poca participación de la población en esta actividad y concluye que el potencial de patrimonio cultural que actualmente posee Maras es otra oportunidad que se puede aprovechar, que desde luego incorporen a la población como el elemento clave para su propio desarrollo. Es decir, aprovechar el pasado histórico de Maras como pueblo inca estratégico y posteriormente, ciudad colonial, en la cual se estableció la base para la evangelización de otros poblados. Nos demuestra la importancia de este pueblo, cuyo discurso debe forjar una identidad que debe ser rescatada y valorada. Por último, se debe dar importante atención al intercambio cultural como resultado de la actividad turística, ya que

el primer paso a seguir es rescatar la identidad del pueblo para que estos no adopten estereotipos o actitudes de otros lugares.

(Bidwell, 2011) En su Tesis; *El Impacto del Turismo en el Desarrollo del Valle del Colca*; cuyo Objetivo es evaluar la teoría de que el turismo puede reducir la pobreza y fomentar el desarrollo en áreas rurales marginadas, al mismo tiempo que revaloriza las culturas e identidades tradicionales y concluye que una perspectiva amplia sobre la economía política era útil para comprender la evolución y el impacto del turismo en el Valle del Colca. Se confirmó un contraste con el destino turístico más popular del Perú, Machu Picchu, que se ve controlado por el Estado y el capital monopolista; mientras en el Valle del Colca el turismo se había desarrollado informalmente y espontáneamente. La inversión externa sí había tenido un papel en la capital provincial de Chivay, que es el centro del turismo convencional, pero en las zonas de estudio, donde predomina el turismo de aventura, casi todos los servicios habían sido establecidos por emprendedores de origen local. Ellos frecuentemente eran emigrantes que retornaron a su pueblo después de acumular capital en las ciudades de Arequipa o Lima.

Sin embargo, debido a su control del transporte y de la información, los operadores de turismo de la ciudad de Arequipa habían llegado a dominar el mercado del turismo, y casi 80 por ciento de los turistas que visitaban el Valle del Colca lo hacía a través de una agencia. Estos operadores eran generalmente pequeños emprendedores. Debido a una fuerte y creciente competencia entre ellos, habían bajado los precios al turista y presionaban a los proveedores locales del Colca a que también bajaran sus precios. Puesto que había conflictos y celos existentes en las comunidades del Colca, los emprendedores locales no lograban unirse para enfrentar a los operadores, por el contrario competían entre ellos. Así, un ciclo de conflicto y competencia desleal persistía a varios niveles, y esto reducía el valor total

obtenido del turismo, desincentivaba la innovación, y llevaba a lo que muchos participantes llamaban el desarrollo “desordenado” del turismo.

Aunque se puede concluir que la debilidad de la sociedad civil era la causa directa de este desorden, la tesis sostiene que las razones más profundas tienen que ver con el contexto nacional de subdesarrollo, sub-empleo y sueldos que se han estancado al nivel de los comienzos de los 1990. En las áreas de estudio de Cabanaconde y Tapay, los mayores impactos económicos habían sido para algunas familias que habían establecido servicios de alojamiento y restaurantes. Estas eran mayormente personas con recursos y capacidades existentes que, frecuentemente, mantenían una presencia tanto en la ciudad de Arequipa como en el pueblo local. El turismo no necesariamente brindaba grandes ganancias, sino apoyaba la acumulación de activos a largo plazo y fortalecía la seguridad económica. Algunos pobladores habían obtenido ingresos adicionales al trabajar como guías, vender artesanías o abrir pequeñas tiendas. Sin embargo, el control de los operadores urbanos había cerrado el espacio para la participación local, especialmente para los guías locales. La mayoría de los pobladores que se dedicaban a la agricultura o la ganadería tenía poco contacto con el turismo y recibían pocos beneficios. El turismo no había generado mucho empleo local: en general, los pocos puestos permanente en los hoteles formales estaban ocupados por inmigrantes temporales de Arequipa, mientras en las microempresas locales trabajaban inmigrantes de la parte alta del Valle y de Cuzco, que ganaban menos que el sueldo mínimo.

En el área de estudio de Sibayo, en la parte alta del Colca, se había desarrollado un proyecto de turismo rural comunitario durante los últimos cinco años. En contraste con los distritos de la parte baja, este proyecto ponía énfasis en la participación local y la vinculación de las actividades tradicionales con el turismo. Gracias a un contexto social más homogéneo, el liderazgo de la municipalidad, y el apoyo intensivo de las instituciones externas, se había

logrado bastante progreso en cuanto a la organización comunitaria y el desarrollo de infraestructura para el turismo. Sin embargo, el bajo flujo de turistas limitaba el desarrollo continuado del proyecto y planteaba dudas sobre su viabilidad a largo plazo o su replicabilidad. La influencia cultural del turismo había sido positiva, puesto que había contribuido a la revalorización de las culturas e identidades tradicionales, las cuales históricamente en el Perú han sido marginadas y han sufrido discriminación.

El turismo alternativo puede tener un impacto descentralizador, al crear nuevas oportunidades económicas en áreas históricamente marginadas de Latinoamérica, aunque estas oportunidades son más accesibles para los que tienen recursos y capacidades existentes. El turismo también puede tener un impacto política y culturalmente descentralizador, en la medida de que contribuya a la revalorización de las identidades tradicionales y ofrezca una base o plataforma para reivindicaciones locales. Sin embargo, como otras exportaciones no tradicionales, hace poco para promocionar la equidad entre clases o modificar las bases estructurales del subdesarrollo, que requieren acciones sociales y políticas más amplias para llevar al cambio.

1.3.3. A nivel internacional

(Management, 2014) En el proyecto; *“Evaluación de la Rentabilidad e Impacto económico Generado por el Programa turismo Senior europa”*. Cuyo Objetivo es evaluar el impacto económico y social que ha generado el Programa Turismo Senior Europa y analizar la rentabilidad global del programa para el sector turístico español y para el Estado, así como estimar el impacto económico generado en el resto de la unidad económica, en la fase piloto desarrollada en la temporada 2009/2010 y concluye que El Programa Turismo Senior Europa ha generado un impacto significativamente positivo. Entre los principales datos de impacto destacamos: Un impacto agregado en destino de más de 22,5 millones de euros, la generación

de unos 609 puestos de trabajo directo en destino en el sector turístico, un impacto global en el resto de la Unidad económica (origen) de más de 6,6 millones de euros. En total, el Programa ha generado un impacto directo en la economía de la UE por valor de unos 29 millones de euros, generando, asimismo, unos 690 puestos de trabajo directos en el sector turístico.

(Soledad, 2014) En su Tesis; *Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco*; cuyo Objetivo es conocer los impactos socioculturales producidos por la actividad turística en el residente de San Antonio de Areco y concluye que los impactos socioculturales producidos por la actividad turística que acontecieron en el residente de San Antonio de Areco a partir de la devaluación de la moneda argentina en diciembre del 2001 hasta setiembre del 2005, son positivos. El residente de San Antonio de Areco, posee una actitud favorable hacia el desarrollo de la actividad turística, considerando que la práctica de actividades como ser la teatralización de bailes folklóricos, desfiles de gauchos y destrezas gauchescas, revitalizan las costumbres locales, las cuales de no realizarse se perderían. Asimismo, el turismo contribuye a la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios y lugares históricos: el Puente viejo fue refaccionado en el año 2002, al tiempo que se rehabilitó también la zona de la Costanera; en el año 2004 se terminó la puesta en valor de la Plaza Principal Ruiz de Arellano. En cuanto a los intercambios culturales, la mayor cantidad de interacciones se producen en la planta turística ubicada en la zona Costanera, producto de cuando el turista compra un bien o servicio al residente. La población debe sentirse partícipe del desarrollo del turismo en su municipio. Esto es un punto clave, dado que en la participación está la clave para el consenso. En San Antonio de Areco, los índices de falta de participación son alarmantes.

Más allá de apoyar la actividad turística por sus beneficios socioeconómicos, los residentes no se sienten protagonistas del desarrollo turístico de su municipio; aceptan al turismo por ser una realidad tangible, mas no adoptan un compromiso hacia un mejor desarrollo del mismo, sólo los más jóvenes se mostraron interesados por cómo hacerlo.

Para ello la inserción de programas de participación es netamente imprescindible; esperemos que durante el desarrollo del próximo Congreso Municipal del Turismo en San Antonio de Areco, se logre encauzar la participación y el compromiso de quienes integran la comunidad.

1.4. OBJETIVOS:

1.4.1. Objetivo general

Determinar el impacto de la demanda turística en el aspecto socioeconómico en la isla de los Uros.

1.4.2. Objetivos específicos:

Identificar el impacto de la demanda turística en el aspecto social de la isla de los Uros.

Identificar el impacto de la demanda turística en el aspecto económico en la isla de los Uros.

CAPITULO II

MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Demanda turística

Según la (OMT, 1998), la demanda turística se define “como el conjunto de turistas ya sea de forma individual o de manera colectiva, y estos están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, es la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”.

La (OMT, 1998) define el gasto por turismo, como el gasto realizado por un visitante durante su viaje y la permanencia en el destino que visite.

En esta definición hay seis variables importantes que deben ser tomadas en consideración por su incidencia en el concepto de gasto por turismo:

- Los precios en los destinos y en los destinos competidores.
- Las dimensiones de los mercados turísticos.
- Los factores sociales, psicológicos y culturales de la demanda.
- Los gustos y las preferencias del consumidor.

Variables económicas que influyen en el momento de la decisión de viaje:

- Variables económicas directas: nivel de renta nacional, valor de la moneda, nivel de gasto en turismo, estado del ciclo económico, derecho a vacaciones remuneradas.

- Variables económicas indirectas: nivel general de precios, nivel de precios relativos, calidad, regulación económica, nivel de competencia de la oferta. (OMT, 1998)

Las variables de la demanda turística son las que actúan específicamente sobre la demanda de todos los posibles consumidores en una zona emisora, sin tener en cuenta su destino. En cambio, las variables del destino turístico definen el atractivo económico, de un destino turístico para los consumidores, no dependiendo su procedencia de competencia entre los destinos turísticos. (OMT, 1998)

2.1.1.1. Factores determinantes de la demanda turística

a) Económicos

Nivel de renta disponible. Se refiere a la cantidad de dinero que tiene el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. Existe una relación positiva existente entre la demanda y la renta disponible. El empleo de la persona afecta directamente en las posibilidades que tenga para salir a viajar.

Nivel de precios. No afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos. En el mercado de origen, unos niveles altos de precios o crecimientos fuertes en los precios interiores producen un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual se gasta una parte mayor de la renta para estos fines, disminuyendo la cantidad gastada en turismo.

Política fiscal y controles del gasto en turismo. Ante un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y, por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda.

Financiación. Existe la posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o financiarla a plazos lo cual permite a las personas realizar gastos en turismo mayores o con mayor frecuencia. (Socateli, 2017)

Tipos de cambio. La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda

del país emisor con el dólar favorece la demanda turística hacia los países de destino con monedas menos fuertes respecto al dólar.

Los factores económicos ejercen una influencia en la demanda, ya que el grado de desarrollo de una sociedad determina la magnitud de dicha demanda. Así los países donde se genera la mayoría de la demanda turística mundial pertenecen al grupo de países desarrollados.

b) De las unidades demandantes.

Son los factores de motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales:

Motivación: Algunas veces no se explican bien ciertos comportamientos de los consumidores de turismo, es decir, por qué turistas con características sociodemográficas idénticas eligen destinos distintos, por qué eligen viajar con una compañía y no con otra, etc. Por ello, hay que tomar en consideración el comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones. Normalmente, cuando las personas viajan es por algo, lo que implica la existencia de algún motivo o causa y lo que presupone alcanzar un fin determinado. Todo acto de voluntad envuelve una motivación y un fin. En este contexto, la decisión de compra por parte del consumidor turista se guía por una cautela mayor que para otros bienes de consumo, ya que el riesgo percibido es más alto. En consecuencia, la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino o un servicio concreto será decisiva para el proceso de toma de decisión y afectará al tipo de vacaciones elegido, aunque dicha imagen no se corresponda con la realidad, existen dos tipos de imágenes: la imagen orgánica y la imagen inducida. Esta última imagen es controlable a través del marketing. La motivación para viajar representa el estímulo inicial que pone en marcha todo el proceso decisorio posterior.

Condicionantes socioculturales. Como la edad, la profesión, el empleo, etc. Otros factores como el nivel de educación o la movilidad personal influyen positivamente en el hecho de que un individuo demande más cantidad de turismo.

Formas y estilos de vida. Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas, actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones, dan lugar a diferentes tipos de turistas y se clasifican en cuatro grupos, describiendo los dos primeros como turismo institucionalizado y los dos últimos como turismo no institucionalizado:

- El turista de masas organizado: tiene poco contacto con la cultura local y busca mantener su entorno habitual en el destino de vacaciones.
- El turista de masas individual: similar al anterior, aunque con un poco más de flexibilidad en sus decisiones.
- El explorador: organiza su viaje independientemente, aunque buscando transporte y alojamiento confortables. Abandona el entorno habitual, pero de vez en cuando vuelve a él.
- El impulsivo: no tiene ningún contacto con la industria turística, intenta abandonar su entorno de siempre, no tiene itinerario fijo y tiene contacto con las culturas que visita.

Tiempo de ocio. El tiempo dedicado al ocio determina asimismo la capacidad para viajar de un individuo determinado. Normalmente, a mayor tiempo libre, mayor disponibilidad para viajar, aunque esta relación sólo está muy clara en los casos extremos. (Socateli, 2017)

Costumbres estacionales. Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología son condiciones favorables para que los individuos decidan demandar turismo. Es por ello que los mercados turísticos se van adaptando a esta estacionalidad del negocio turístico, ofreciendo condiciones distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporadas bajas, altas y medias.

Creencias ideológicas, religiosas y políticas. Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos. Ejemplos de este factor son las peregrinaciones a la Meca, así como las visitas a las basílicas, santuarios, etc.

Los factores políticos. Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar la creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, etc. o impedir exigencia de visado, régimen inestable, limitaciones de divisas que pueden entrar o salir de un país, etc. el aumento de la demanda turística. (Socateli, 2017)

Factores demográficos. La demanda turística está muy relacionada con la edad del individuo (no entendida como edad cronológica, sino más bien como edad doméstica). Por otra parte, los factores demográficos, ligados al desarrollo económico de una nación, también inciden en la capacidad para viajar. En los países desarrollados se produce lo que se conoce por paradoja del ocio, en la que queda reflejada la vida de un individuo: cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero, pero no tiempo. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por una baja propensión al viaje, ya que subsisten de la agricultura y sus poblaciones no tienen ni tiempo ni dinero para gastar en el turismo. Sin embargo, las naciones desarrolladas, predominantemente urbanas, con bajos índices de natalidad y de mortalidad, con un alto poder adquisitivo por parte de una población con necesidad de escapar de la urbe y con intereses diversos, se caracterizan por una alta propensión al viaje. (Socateli, 2017)

c) Aleatorios. Son aquellas variables imprevisibles que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística. Estos factores vienen determinados por las guerras y cataclismos. A modo de ejemplo, se puede

señalar el período de la Guerra del Golfo, durante el cual la demanda turística disminuyó en todo el mundo, solamente por la psicosis de inestabilidad que se generó. (Socateli, 2017)

Según, (Mathieson, 1990) el turismo es un fenómeno multifacético que implica movimiento y estancia en destinos fuera del lugar normal de residencia; y consta de tres elementos básicos:

- a) Elemento dinámico, que implica viajar a un destino o destinos seleccionados.
- b) Elemento estático, que implica permanecer en el destino.
- c) Elemento consecuencial, resultante de los dos elementos anteriores, relacionado con los efectos de los subsistemas económico, físico y social con los cuales el turista está en contacto directa o indirectamente.

Dentro del elemento dinámico tenemos a la demanda del turismo siendo el número de personas que viajan o desean viajar, para una vez estando en el lugar utilizar las instalaciones turísticas y los servicios lejos de sus lugares de trabajo o del lugar donde viven, llamada también demanda actual o efectiva.

Por otro lado, los visitantes son la unidad básica de la demanda turística. Los viajeros cuantificados en las estadísticas turísticas se denominan “visitantes” y se dividen en:

- Visitante que pernocta o turista: Es el que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o destino visitado.
- Visitante del día o excursionista: Es el que no duerme en un alojamiento ya sea de manera colectiva o privada en el lugar de visita. (MINCETUR, Plan estratégico nacional de turismo., 2008)

Para (Mathieson, 1990), existen estos tipos de demanda:

2.1.1.2. Tipos de demanda

- El turista masivo organizado, se organiza por los paquetes de viaje en los que se establecen los itinerarios de viaje.
- El turista masivo individual, el turista tiene cierto control sobre su itinerario y tiempo en la localidad; sin embargo, todos los arreglos principales se hacen a través de un intermediario de viajes.
- El explorador, planean sus propios viajes y tratan de evitar atracciones turísticas desarrolladas, tanto como sea posible.
- El trotamundos, planean sus viajes solos evitan las atracciones turísticas y viven con miembros de la sociedad anfitriona, inmersos en su cultura, compartiendo su abrigo, comida y hábitos.

Y cada uno de estos diversos tipos de turistas o excursionistas arriban a las islas de los Uros, generado un impacto socioeconómico; esto implica que los destinos responden de forma diferente, según cada forma de turismo.

Pero según (PROMPERU, 2008) también tenemos a estos tipos de turistas:

- Turista de naturaleza.- Busca estar en contacto con la naturaleza, observar la flora y fauna, conocer la vida salvaje y las áreas protegidas. El gasto promedio realizado en el Perú por el turista de naturaleza es de \$870 a \$ 2,804.
- Turista cultural.- Buscan aprendizaje descubrir culturas y costumbres, conocer sitios arqueológicos, historia del país. El gasto en Perú por el turista cultural es de \$1,266.
- El turista rural comunitario.- Busca conocer costumbres, estilos de vida diferentes, interactuar con los pobladores de las comunidades y estar en contacto con la naturaleza y las comunidades. Su gasto en el Perú es entre: \$722 y \$1162.

Estos tipos de turismo llegan a las Islas de los Uros con un 35% de la demanda total que llega a Puno. Las últimas tendencias muestran que la demanda turística que visita Puno, viene en un 56% por conocer el Lago Titicaca, un 27% viene por conocer la cultura local.

Tipo de turismo que desarrolla el turista extranjero en Puno.

- Ecoturismo (88%)
- Histórico-cultural (30%)

Principales actividades:

- Visita al lago Titicaca: 44%
- Visita a la isla de los Uros: 34%
- Visita a las islas Taquile y Amantani: (26%)

Según,(OTP, 2017)

2.1.1.3. Países emisores

Tabla 1. Nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron la Isla de los Uros

País	%
Australia	20,58
Alemania	17,64
EE.UU.	14,70
España	10,29
Reino Unido	8,82
Francia	2,94
Suiza	2,94
Holanda	2,94
Japón	2,94
Canadá	2,94
Otros	13,23
Total	100,00

Por (Puno G. R., 2013) Plan estratégico de desarrollo turístico de la Provincia de Puno al 2020.

2.1.1.4. Perfil del Turista

Tabla 2. Motivaciones para realizar turismo rural comunitario en Puno.

Conocer las nuevas culturas y costumbres	80%
Tener contacto con la naturaleza/ paisajes	22%
Interactuar con los pobladores	20%
Observar y conocer su forma de trabajo	15%
Conocer la gastronomía de la comunidad	9%
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>	Total 100%

Tabla 3. Comunidades nativas visitadas en Puno.

Uros	96%
Taquile	80%
Amantani	18%
Chucuito	2%
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>	Total 100%

Tabla 4. Actividades realizadas en las comunidades nativas.

Compra de artesanía/ productos	95%
Observación de la comunidad	66%
Interactuar con los pobladores	26%
Tomar fotografías	24%
Probar la comida del lugar	22%
Observación de sus costumbres	14%
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>	Total 100%

Tabla 5. Alojamientos utilizados en la comunidad nativa.

Casa de poblador	92%
Casa de la comunidad	8%
Campamento	6%
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>	Total 100%

Tabla 6. Pernoctación en las comunidades nativas de Puno

	Edad					Lugar de residencia		
	Total	20 a 24 Años	25 a 34 años	35 a 45 Años	Más 45 Años	Norteamerica nos	Europa	Otros
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí pernoctó	44	52	39	56	33	47	48	31
No pernoctó	56	48	61	44	67	53	52	69
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>								Total 100%

Tabla 7. Gasto por turista en las comunidades nativas de Puno

	Edad					Lugar de residencia		
	Total	20 a 24 Años	25 a 34 años	35 a 45 Años	Más 45 Años	Norteamérica nos	Europa	Otros.
	%	%	%	%	%	%	%	%
Menos de US\$20	26	26	12	21	26	25	15	36
US\$20 a US\$ 40	43	44	38	21	43	31	47	31
US\$ 41 a US\$ 60	10	15	18	18	10	12	14	20
US\$ 61 a US\$ 80	10	6	12	21	10	13	9	11
US\$ 80 a más	12	10	21	18	12	19	16	2
Promedio (US\$ Dólares)	87	39	89	98	138	113	61	109
<i>Por (PROMPERU, 2008)</i>							Total	100%

2.1.1.5. Estacionalidad y turismo interno

Para medir el impacto del turismo interno sobre el consumo de servicios turísticos es importante observar otra variable: la estacionalidad (Alfaro, 2012). Así, mientras que la llegada de turistas internacionales se concentra hacia la mitad del año (desde junio hasta setiembre), los vacacionistas nacionales viajan cualquier mes del año (37%) julio, febrero (18%), enero (17%) y diciembre (11%) son los meses favoritos. De ahí que el flujo constante de visitantes nacionales otorgue mayor sostenibilidad a los servicios turísticos durante la temporada baja del turismo receptivo.

Por último, el aporte adicional más importante del viajero nacional es a través de las excursiones que realizan (viajes de un día). Uno de los más beneficiados son los Uros con esta modalidad de visita, además de los pequeños servicios que suelen prestarse a lo largo de estas rutas: como el transporte acuático y los servicios de comunidades nativas de Puno, etc.

2.1.2. Oferta turística

El elemento estático, considera la capacidad de alcance como el máximo número de personas que puede usar un sitio sin una alteración inaceptable en el ambiente físico y sin una declinación inaceptable en la calidad de la experiencia obtenida por los visitantes.

Las medidas de capacidad en áreas de turismo pueden relacionarse con rutas de aproximación, con las áreas de esparcimiento y sus atracciones como un todo, o con servicios individuales o facilidades. En cada uno de estos casos, la capacidad tiene atributos económicos, físicos y sociales que pueden medirse. Cada tipo de capacidad tendrá un límite de tolerancia para cada destino o facilidad, límite que marca un umbral de cambio más allá del cual la actividad turística induce efectos que son principalmente negativos. Si los límites de tolerancia no se exceden, los efectos del turismo serán generalmente positivos. Las capacidades existen para cada subsistema económico, social y físico del destino. Así, la noción de capacidad de alcance económico, la habilidad para absorber funciones turísticas ha sobrepasado en algunas localidades y, por ende la capacidad de alcance social se ha sobrealcanzado, por ello el concepto de capacidad de alcance es de gran importancia en la determinación y entendimiento de las repercusiones turísticas. Los niveles de capacidad están influidos por dos grupos de factores:

- Las características del turista.
- Las características de las áreas de destino y su población.

Por ejemplo, las irritaciones de los anfitriones causadas por la presencia de turistas se pueden intensificar en casos de uso concentrado, por la demostración constante de la superioridad material de los visitantes cuando la comparan con la de los residentes permanentes, y por la selección de actividades que llevan al anfitrión y al huésped a un contacto cercano.

El resentimiento del anfitrión es probablemente más alto en localidades con una industria turística de desarrollo más elevado, pero con una implicación local limitada. (Mathieson, 1990)

2.1.3. Impacto socioeconómico

Es el elemento consecencial, siendo la concentración de turistas y las facilidades y servicios inherentes en áreas de destino incrementan una variedad de repercusiones. Las repercusiones económicas abarcan los costos monetarios y beneficios que resultan del desarrollo y uso de facilidades turísticas y servicios; las repercusiones sociales son los cambios en el medio de vida de los residentes de las áreas de destino. Los niveles de capacidad de alcance difieren entre los subsistemas económicos, físicos y sociales de las áreas de destino y varían entre los componentes que contribuyen a cualquiera de estos tres subsistemas. Por tanto, una actividad turística puede ser económicamente deseable, a la vez causar daños sociales y ambientales. Las repercusiones positivas se presentan hasta los límites excedidos cuando llegan a ser negativas.

2.1.3.1. Impacto económico

Fuente de ingresos: La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con esta actividad, sino que beneficia también al resto de sectores de la economía a través del denominado “efecto multiplicador”. La actividad turística es la principal actividad generadora de ingresos en las islas de los Uros en estos momentos, comparativamente con otras actividades productivas tradicionales.

El efecto multiplicador de la renta es producto de la interdependencia entre los distintos sectores económicos. Así, un aumento en la demanda de los bienes o servicios producidos por un sector genera, a su vez, un incremento en la demanda de bienes o servicios procedentes de otros sectores que intervienen en la producción de los anteriores. Es decir, la renta destinada al gasto turístico fluye hacia otras empresas cuando éstas necesitan reponer sus stocks, renovar sus materiales o mobiliarios, pagar salarios, impuestos, tasas, servicios,

etc. Entonces, se produce el reparto de la renta: una parte de ella se reinvierte en la economía local, mientras que la otra puede salir, por ejemplo, a través de la importación de bienes.

Diversificación de la economía: En el desarrollo de la actividad turística, es necesaria la participación de otros sectores de la economía, que aportan bienes y servicios; como son la artesanía, la pesca, el transporte acuático, el hospedaje rural, etc.

Aumento del costo de la vida (inflación). Si bien la actividad turística tiene un efecto multiplicador en la economía, también provoca según la demanda que exista por ciertos bienes y servicios locales; un aumento en el precio de esos productos, que no son accesibles para algunos sectores de la población sobre todo la población local.

El turismo es un contribuyente del desarrollo económico de un destino turístico, pero a la vez tiene la función de multiplicador económico.

El multiplicador de ingresos es el ratio de cambios inducidos directa e indirectamente en una economía hacia el cambio inicial directo por sí mismo. De esa manera, en el multiplicador de ingresos se consideran tres tipos de influencia de gastos turísticos:

- a. Gasto directo. El gasto inicial crea un ingreso directo a las industrias turísticas.
- b. Gasto indirecto. Los pagos de salarios y sueldos a los empleados locales, y los establecimientos turísticos que reabastecen sus existencias, son efectos indirectos del gasto turístico directo inicial.
- c. Gasto inducido. Como los sueldos y salarios dentro de una economía aumentan, el consumo también se incrementa, lo cual da un ímpetu adicional a la actividad económica. (Lloret, 2007)

Generador de empleo: Al ser una actividad de servicios, el turismo presenta una capacidad de generar puestos de trabajo a una tasa más alta que otras actividades económicas en la Isla de los Uros.

Para (Chacaltana, 2002), el turismo y empleo indica que existen tres tipos de empleo generados por el turismo y tienen una correspondencia cercana con los tipos de ingreso:

- a. El empleo directo, resulta de los gastos de visitante en las plantas turísticas.
- b. El empleo indirecto, está aún en el sector de abastecimiento turístico, pero no resulta directamente de los gastos del turista.
- c. El empleo inducido, es el adicional resultante de los efectos del multiplicador de turismo, ya que los residentes locales gastan nuevamente el dinero que ganaron.

Las repercusiones económicas positivas del turismo han contribuido al amplio optimismo entre quienes establecen la política concerniente al potencial turístico que estimula el desarrollo económico.

Algunos destinos, que llegan a ser excesivamente dependientes del turismo para sus medios de vida, se han vuelto vulnerables a cambios en la demanda turística. Aunque el turismo es una industria de crecimiento y el volumen total del tráfico turístico probablemente aumente en el previsible futuro, no todos los destinos pueden compartir ese crecimiento. El turismo es muy susceptible de sufrir cambios desde adentro y desde afuera de la industria, por ejemplo, los disturbios políticos en un destino.

En contraste la (MINCETUR, Plan estratégico nacional de turismo., 2008) acerca del impacto económico del turismo, afirma que la industria turística es muy compleja por la gran cantidad de elementos que la componen, sino porque involucra a distintos sectores

económicos en su desarrollo. Así, su condición de producto de “exportación” acarrea una serie de beneficios y rentas al país receptor, entre ellas la creación de empleo, la entrada de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, el aumento de los ingresos públicos y el fomento de la actividad empresarial. La actividad turística es, pues, uno de los medios más importantes para la generación del Producto Bruto Interno de las naciones receptoras.

Según la (OMT, 1998) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico y también al turismo global:

- Efectos globales: Afectan las estrategias de desarrollo turístico, diferenciándose los efectos globales sobre la economía y los efectos globales sobre la dependencia exterior.

- Efectos parciales sobre la economía: Se trata sobre los efectos que el turismo tiene sobre los agentes económicos, los sectores productivos, las variables financieras, macroeconómicas, etc. Se pueden distinguir los siguientes efectos multiplicadores sobre: producción, empleo, balanza de pagos, tasa de cambio, oferta monetaria, ingresos y gastos públicos, inflación, especulación del suelo, distribución de la renta, desarrollo regional y movimiento demográfico.

- Efectos externos: Son consecuencia de la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo.

La actividad turística cumple un rol muy importante y creciente en el desarrollo de la provincia de Puno, por constituirse en el tercer destino de turistas extranjeros a nivel del país, después de Lima y Cuzco; con su principal motivación el Lago Titicaca y en consecuencia las Islas de los Uros, esto por encontrarse articulado al circuito turístico del Sur del país: Cuzco, Puno y Arequipa, a partir de ello genera una serie de articulaciones a diversas

actividades en forma directa e indirecta, contribuyendo a generar empleo e ingresos en diversas actividades económicas y consiguientemente población de diversos sectores económicos. Todo ello conlleva a definir el carácter o naturaleza que tiene el turismo como una actividad económica integradora de ramas o sectores económicos que directa o indirectamente se ven influidas por los procesos evolutivos del turismo, entendiendo al turismo como conjunto de actividades de servicios, comerciales e inclusive hasta de producción de bienes como los artesanales. Las tendencias actuales del mercado están enmarcadas dentro de nuevas tendencias en la que el turismo se ha incrementado significativamente en el ámbito internacional, sobre todo en los países con mayores ingresos a aquellas zonas que se mantienen como destinos turísticos, como es el caso de la región de Puno.

El turismo ha venido adquiriendo una presencia creciente en la dinámica económica en las regiones del sur peruano como Cuzco, Puno y Arequipa, las que se han acrecentado con la declaratoria de Machu Picchu como una de las siete maravillas del mundo. (Plan estratégico de desarrollo turístico de la Provincia de Puno al 2020, 2008)

La importancia económica del turismo lo ha transformado en un elemento político con gran potencial sobre la imagen de la Isla, la generación de empleos, la importancia del consumidor que genera divisas limpias y finalmente es un elemento esencial en la distribución y descentralización de los ingresos. Por eso debemos adaptarnos a un mercado altamente competitivo preparando a la población de los Uros. Nuestro producto turístico debe ser estable en el mercado internacional con todas las características de calidad y precio, no debe retroceder por perturbaciones de tipo político, de salubridad o de seguridad o mala acogida al visitante. (Díaz, 2009).

2.1.3.2. Impacto social

a) Mejoramiento de los servicios públicos

El desarrollo de la actividad turística influye directamente en el mejoramiento de los servicios básicos, de salud, transporte acuático, telecomunicaciones entre otros. El impacto sociocultural se explica porque el turismo busca incentivar y colaborar con las mejoras de servicios e infraestructura que se realicen en las regiones en las que se desarrolla, especialmente, los de tipo sanitario, pues los turistas dan prioridad a los aspectos relacionados con la salud. Dichas mejoras suelen extenderse a otros servicios: alumbrado, recojo de basura, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Con ello, la calidad de vida de los residentes se eleva. (MINCETUR, Plan estratégico nacional de turismo., 2008).

b) Desarrollo de comunidades nativas y zonas marginales

Muchos atractivos turísticos se encuentran en zonas o regiones que durante años han sido lugares olvidados por las políticas de desarrollo de un país. Cuando estos atractivos son introducidos como productos al mercado turístico, se genera una dinámica socioeconómica que permite también incluir esas regiones en las prioridades de desarrollo nacional y regional de tal forma que los planes municipales toman en consideración a las Islas como un sector importante para el desarrollo de la región.

Pero según (Mathieson, 1990) las repercusiones sociales se centra en tres categorías:

- El turista.
- El anfitrión.
- Interrelaciones turista-anfitrión.

Las repercusiones sociales y culturales del turismo son las formas en que el turismo contribuye a realizar los cambios en los sistemas de valor, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral, expresiones creativas, ceremonias tradicionales y organizaciones comunitarias.

Para (Mathieson, 1990), los encuentros turista-anfitrión ocurren en tres contextos principales: cuando el turista compra alguna mercancía, cuando el turista y anfitrión se encuentran frente a frente y cuando las dos partes llegan a enfrentarse con el fin de intercambiar información e ideas.

El encuentro turista- anfitrión se efectúa dentro de una serie de metas y expectativas. Sabemos que por un lado el turista es móvil, relajado, disfruta de su tiempo libre y absorbe la experiencia de estar en un lugar diferente , pero el anfitrión es relativamente estacionario, y si se emplea en la industria turística, pasa gran parte de su tiempo en satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes.

Este encuentro turista y anfitrión, se caracteriza porque la relación es transitoria. La estancia de un turista en un destino suele ser corta; la relación temporal es diferente para cada grupo que interactúa, el turista considera a menudo fascinante y único el encuentro, ya que el anfitrión frecuentemente es de distinta nacionalidad o cultura; por el contrario los anfitriones pueden verlo simplemente como una de las múltiples relaciones superficiales que se experimentan a lo largo de la temporada turística.

Desde la perspectiva de los anfitriones, los contactos turísticos son experiencias tautológicas para los residentes de las áreas de destino. Dado que el turista tiene una baja lealtad como cliente y rara vez retorna a las áreas de destino en más de una ocasión, la

interacción entre los anfitriones y los huéspedes ocurre normalmente sólo una vez y tiene poca oportunidad de progreso más allá de un nivel superficial.

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, una interacción que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el área de destino y su población.

Precisamente esos impactos están asociados a una "capacidad de carga" que es quien determina los costes y beneficios del desarrollo del turismo. Por lo tanto, las actividades turísticas deben enmarcarse dentro del llamado "turismo sostenible" para poder garantizar la "integridad cultural", los "procesos ecológicos esenciales" y la "diversidad biológica" de los destinos turísticos.

c) Efectos del contacto directo en comunidades pobres.

En líneas generales abundan más los negativos que los positivos. El turismo puede afectar a las fiestas locales, convirtiéndolas en espectáculos para turistas, provocando así que pierda su verdadero significado para la población nativa. Al aumentar el número de turistas y provocando también la disminución de los contactos entre turistas y residentes, los aspectos negativos son percibidos cada vez más; lo que produce a la formación de estereotipos y actitudes étnicas negativas. Entre los positivos, el turismo puede tener buenos efectos psicológicos para los residentes, pero esto sólo se consigue cuando llega en pequeñas cantidades y manejables o cuando son los propios residentes los que autogestionan su oferta turística. (Mathieson, 1990)

d) Efectos del contacto indirecto

Muchos efectos sobre la población local son de una naturaleza indirecta, en este sentido el turismo puede potenciar el arte y las tradiciones culturales, pero también puede

convertir el destino turístico en un mercado de baratijas y en una especie de espectáculo en donde se banalice su propia cultura. La alteración del trabajo y las diferencias socioeconómicas entre turistas y residentes puede llegar a generar en los residentes alienación y un comportamiento especialmente en los patrones de consumo parecido al de los visitantes.

Impactos positivos

La calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles. Normalmente, el turismo trae consigo la mejora de la atención sanitaria a la región en la que se desarrolla, ya que los turistas dan prioridad a todos los aspectos relacionados con la salud. Dicha mejora suele extenderse, asimismo, a otras facilidades y servicios como: alumbrado, recogida de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Así, la calidad de vida de los residentes aumenta. El turismo también puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino.

De esta forma el turismo contribuye a:

- La preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.
- La revitalización de las costumbres locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc.

Además, el turismo puede ser el factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia y bienestar. El efecto demostración puede

ser beneficioso cuando anima a los residentes a trabajar por cosas de las que carecen; incremento del nivel de calidad de vida o valor de igualdad; otro de los impactos beneficiosos es la oportunidad que éste ofrece a sus participantes de practicar un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan. Este tipo de experiencias incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de vida, aumentando la comprensión y el respeto de las diferencias. (Mathieson, 1990)

Impactos negativos

En algunos países en vías de desarrollo, se ha extendido entre la población local cierto resentimiento hacia el turismo internacional. En general, cabe afirmar que esta actitud será más evidente cuan mayores sean las diferencias económicas entre visitantes y residentes.

Así, por ejemplo, son focos de tensión social a tener en cuenta: la aparición de *ghettos* (área separada para la vivienda de un determinado origen étnico, cultural o religioso, voluntaria o involuntariamente) de gran lujo en lugares dominados por la pobreza, la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados por trabajadores extranjeros, la menor retribución salarial a los trabajadores nacionales, etc.

Para muchos países en desarrollo, el turismo establece las bases de una nueva forma de colonialismo basado en la dependencia de las divisas extranjeras como vía para el desarrollo económico. Por ello, en algunos destinos ha sido evidente el aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas.

En ocasiones, los turistas son considerados como elementos a través de los cuales se puede hacer negocio y obtener publicidad. El turismo puede provocar, así mismo, una desculturización del destino: el efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a la más fuerte (la del visitante). Este fenómeno puede afectar a muchos países en desarrollo, ya que la cultura de los turistas

suele ser percibida por los residentes como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales culturas indígenas. La mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, puede fomentar un proceso de des culturización, que a la vez puede acabar destruyendo los atractivos que en su día iniciaron el flujo de visitantes.

En definitiva, se debe tener presente que determinados tipos de turismo (como el turismo de masas) no permiten la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes, por lo que favorecen la difusión y permanencia de imágenes estereotipadas (repetitivo y sin emoción) sobre determinados países y sus habitantes. (Impacto sociocultural del turismo, 2016).

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Turismo: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. (OMT, 1998)

Turista: Es toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas al menos y no más de seis meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósitos de inmigración. (OMT, 1998)

Demanda Turística: Es el número de personas que viajan o desean viajar, para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia. (Mathieson, 1990)

Oferta Turística: La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos² y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. (MINCETUR, Conceptos fundamentales del turismo, 2015)

Mercado Turístico: El Mercado Turístico es el lugar donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos. (Tecnologica, 2014)

Impacto: Es el efecto que determinados fenómenos tienen sobre la realidad. Esto es especialmente claro cuando se habla por ejemplo del impacto que ciertas medidas políticas, económicas o sociales tienen sobre una población: en este caso se trata de expresar que las mismas generarán algún tipo de reacción o efecto. (ABC, 2014)

Impacto económico del turismo: Efectos producidos en la opinión pública respecto a la actividad turística y como afecta ésta el entorno económico productivo de las poblaciones en que se desarrolla el turismo. (ABC, 2014)

Impacto social del turismo: Efectos producidos en la opinión pública respecto a la actividad turística y como afecta ésta el entorno socio cultural de las poblaciones en que se desarrolla el turismo. (ABC, 2014)

Crecimiento económico: aumento de la renta o la cantidad de bienes disponibles. (Bosch, 2004)

Desarrollo económico: capacidad de países o regiones para crear riqueza, con el fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

(Bosch, 2004)

Desarrollo social: El desarrollo social se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto a futuro es el Bienestar social. (Wikipedia, Desarrollo social, 2014)

Turismo Rural Comunitario (TRC). En el Perú, es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto. (MINCETUR, Manual del emprendedor del turismo rural comunitario, 2014)

Diversificación. Proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados. (Barrera, 2003)

Socioeconómico. Que se refiere a la sociedad o persona considerada en términos económicos. Que se toma en cuenta lo social y lo económico conjuntamente. (Definiciones-de, 2014)

Tradiciones. La tradición es la comunicación de generación en generación de los hechos históricos acaecidos en un determinado lugar y de todos aquellos elementos socioculturales que se suceden en el mismo. Principalmente es la oralidad la manera en la cual se van transmitiendo y existiendo las tradiciones. (DefiniciónABC, 2014)

Costumbres. Son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que forman parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia. (Barrera, 2003)

Identidad cultural: Es un conjunto de valores, orgullos, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante. (Castells, 1998)

Comunidad étnica. Se trata de una comunidad humana que comparte una afinidad cultural que permite que sus integrantes puedan sentirse identificados entre sí. Más allá de la historia compartida, los miembros mantienen en el presente prácticas culturales y comportamientos sociales similares. (García, 2001)

Etnoturismo. Turismo cuyo objetivo es conocer sitios o regiones donde habitan grupos étnicos específicos o el ofrecer los servicios para facilitar dicha modalidad. Promueve que los grupos étnicos reciban beneficios, por ejemplo, mediante la venta de artesanía. (Ramos, 2012)

Turismo vivencial, significa compartir conocimientos, tradiciones, sabidurías, actividades propias de las familias rurales como: pesca artesanal, agricultura, ganadería, comercio, danza y música. El visitante participa y se identifica con las actividades de las familias que lo atienden y el visitante a su vez comparte sus conocimientos como si fuera integrante de la misma familia. (Cava, 2013)

Calidad de vida. La calidad de vida designa las condiciones en que vive una persona que hacen que su existencia sea placentera y digna de ser vivida, o la llenen de aflicción. Es un concepto extremadamente subjetivo y muy vinculado a la sociedad en que el individuo existe y se desarrolla. (DeConceptos.com, 2014)

Alojamiento rural. El alojamiento rural, es una unidad integrada en una edificación preexistente ha de estar en el medio rural, respetar la arquitectura de la zona, con edificación anterior a 1950 y cuyo titular viva en la misma comarca. (García, 2003)

Albergue ecológico. Es el concepto de edificio que resulta idóneo para una práctica turística de bajo impacto (Fregoso, 2012)

Artesanía: Un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural, en este sentido puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien como implemento de trabajo. (Artesanías)

Gastronomía: es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno. (Wikipedia, Gastronomía, 2014)

Totora: *Schoenoplectus californicus*, (del quechua t'utura), es una planta herbácea perenne acuática, de la familia de las ciperáceas, su tallo mide entre uno y tres metros, según las variedades, y tiene usos en la construcción de techos y paredes para cobertizos y ranchos, y

mobiliario. Es tradicional su empleo en la construcción de embarcaciones para navegar en el lago Titicaca y en algunas playas del Perú. (Wikipedia, Totorá, 2014).

Base de datos. Una base de datos es una entidad en la cual se pueden almacenar datos de manera estructurada, con la menor redundancia posible. Diferentes programas y diferentes usuarios deben poder utilizar estos datos. (Alarcón, 2012)

Sistema de información. Es el término general utilizado para la estructura global que incluye todos los mecanismos para compartir datos que se han instalado. (Alarcón, 2012)

Organización comunitaria. Es aquella organización con personalidad jurídica y sin fines de lucro, que tiene por objeto representar y promover valores e intereses específicos de la comunidad. (Departamento Desarrollo Comunitario, 2011)

Asociativismo. Es tanto una facultad social de los individuos como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas a determinadas necesidades o problemas. (Wikipedia, Asociativismo, 2014)

2.3. HIPÓTESIS:

2.3.1. Hipótesis general:

El impacto de la demanda turística da resultados positivos en el aspecto socioeconómico de las familias emprendedoras en las Islas de los Uros.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

- La demanda turística influye considerablemente en el aspecto social de la Isla de los Uros.
- La situación actual del impacto de la demanda turística es positiva en el aspecto económico de la Isla de los Uros.

CAPITULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

En el presente proyecto de investigación se utiliza el enfoque cualitativo-cuantitativo.

3.2. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio es descriptivo no experimental y diseño transversal por el motivo que existe relación entre variables o fenómenos de causalidad.

3.3. ÁMBITO DE ESTUDIO

Las Islas Flotantes de los Uros ubicada en la bahía de Puno, al oeste del lago Titicaca, y al noreste de Puno, entre los paralelos 15° 50' de longitud oeste del meridiano de Greenwich, a una altitud de aproximadamente 3810 m.s.n.m. Situado a 7 km de la ciudad de Puno; perteneciente a la provincia de Puno.

3.4. UNIDADES DE OBSERVACIÓN:

Las unidades de observación son:

- El espacio geográfico de las Islas de los Uros.
- Las características y bondades naturales de las Islas de los Uros.
- Opinión de los lugareños sobre la actividad turística y como esta ha cambiado su vida.

3.5. UNIDADES DE ANÁLISIS:

Se obtendrá el análisis siguiente:

La demanda turística y como esta ha influido en la vida de los pobladores en las Islas de los Uros.

3.6. NIVEL DE ANÁLISIS:

El proyecto se realizará estableciendo dos niveles:

- La demanda turística.
- El impacto socioeconómico.

3.7. EJES DE ANÁLISIS:

Se propone dos ejes de análisis:

- Demanda Turística: Estudio como objeto estratégico, para demostrar la tendencia del flujo turístico.
- Actividades Socio económicas, para el análisis de los impactos positivos y negativos y el sistema organizativo

3.8. UNIVERSO DE POBLACIÓN Y MUESTRA:

Para el presente estudio de investigación se ha determinado como *población* de estudio a las 272 familias identificadas. (INEI, 2007).

Para la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n_0 = \frac{Z^2 p.q N}{E^2 (N-1) + Z^2 p.q}$$

Donde: n= Tamaño de muestreo.

Z= Distribución Normal.

E= Error Absoluto Planteado.

p= Proporción de la población con actitud positiva.

q= Proporción de la población con actitudes negativas.

N= Población Total.

$$n_0 = \frac{1.96^2(0.20)(0.20)272}{0.05^2(272-1)+1.96^2(0.20)(0.20)}$$

$$n_0 = \frac{3.8416(0.04)272}{0.0025(271)+3.8416(0.04)}$$

$$n_0 = \frac{41.796608}{0.6775+0.153664}$$

$$n_0 = \frac{41.796608}{0.831164}$$

$$n_0 = 50.29$$

Entonces se tomará en cuenta a 50 familias para la encuesta y entrevista a cada jefe de familia de la isla de los Uros quienes en la actualidad estén ofertando los servicios turísticos.

3.9. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.9.1. Técnicas

- Encuestas.
- Sistemas de información histórica sobre aspectos relacionados a la demanda y los cambios sociales y económicos debido a la actividad turística.
- Observación directa.
- Fotografías.

3.9.2. Instrumentos

- Encuestas.
- Equipo de fotografía.

Procedimiento de Recolección de Datos

- Se realiza la coordinación con las autoridades y lugareños, para realizar visitas de investigación.
- Se realiza la programación de la fecha de encuesta y visita.
- La revisión de información, se realizará finalizada la encuesta.
- Se procede a la suma y tabulación de los resultados obtenidos en cada uno de los instrumentos.
- Se procede a realizar el análisis estadístico y teórico de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

4.1.1. Ubicación

Las Islas Flotantes de los Uros son un grupo de islas artificiales hechas de totora construidas en el lago Titicaca. Sus habitantes son los Uros, están ubicadas en la bahía de Puno; se encuentra al oeste del lago Titicaca, y al noreste de Puno, entre los paralelos 15° 50' de longitud oeste del meridiano de Greenwich, a una altitud de aproximadamente 3810 metros. Situado a 7 km de la ciudad de Puno. Las islas flotantes de los Uros limitan:

- Por el Norte distritos de Coata y Huata.
- Por el Sur con la Comunidad de Chimú y Ojerani.
- Por el Este con las penínsulas de Capachica y Chucuito.
- Por el Oeste con la Isla Estévez y Uros Chulluni.

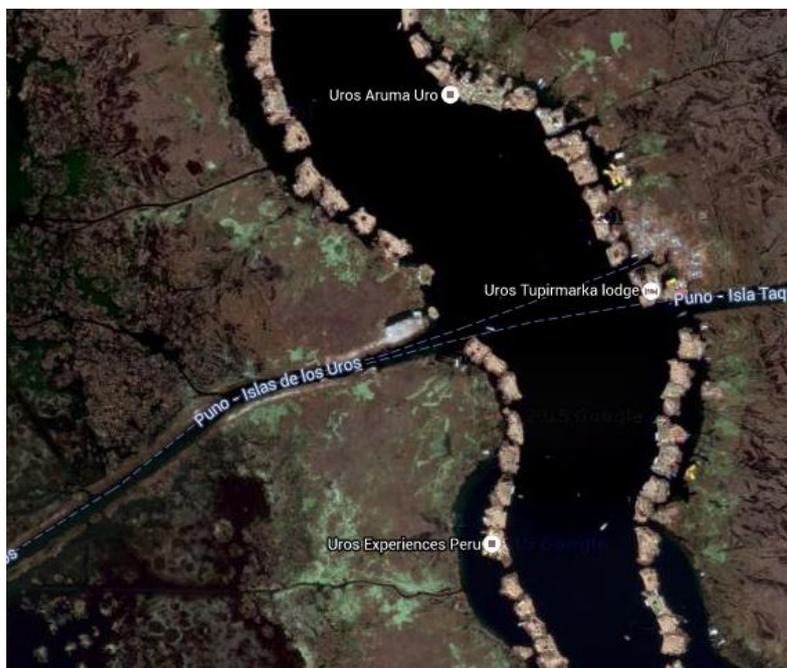


Figura 1. Mapa de ubicación
Por viasatelital.com

4.1.2. Clima

La zona de las islas flotantes de los Uros tiene un clima frío y seco, su temperatura promedio anual es de 14° C y se nota en las islas dos estaciones bien diferenciadas, las que son de invierno y verano. La estación de invierno comprende los meses de mayo hasta agosto, período en la cual existen precipitaciones pluviales esporádicas en un promedio de 10mm. La temperatura es de 12° C; las noches son muy frías teniendo una temperatura que baja hasta 4° C bajo 0; durante el día hay vientos secos, cielo azul radiante y limpio. La estación de verano comprende los meses de diciembre hasta abril, durante la cual, las precipitaciones pluviales son torrenciales con relámpagos, truenos, fuertes vientos y oleaje en la tardes; la temperatura es de 14° C llegando muchas veces a los 20 ° c. Al ser una zona periférica, el lago desempeña una función termorreguladora. (wikipedia, 2016).

4.1.3. Vías de acceso

Desde el puerto muelle de Puno vía lacustre llegamos a las islas de los Uros en un aproximado de 25min. Otra de las vías es partiendo desde las islas de Taquile o Amantaní. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

4.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.

4.2.1. Población

Tiene una población de 272 familias identificadas. Se distribuye en 70 islas y se divide en dos sectores: sector de Uros Chulluni y sector de las islas flotantes.

4.2.2. Idioma

Se hablaban las lenguas originales como el uruquilla, Chiw Luschi chun o ma uchun ("Nuestra lengua madre"), que hoy en día muy pocos ancianos conocen, y que se relaciona con el idioma chipaya de la provincia de Carangas, departamento de Oruro. La mayoría de los Uros adoptaron el aymara, el quechua y el castellano perdiendo así su lengua materna. (wikipedia, 2016)

4.2.3. Religión

Practican lo que se considera como la religión andina, como el pago a la Pachamama y Cotamama; además de la religión católica como herencia cultural dejada por los españoles, en los últimos años se introduce la práctica de religión de los adventistas y los testigos de Jehová. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

4.2.4. Educación

El poblador Uro antiguamente era analfabeto, ya que se hallaba internado en las profundidades del lago, en sus islas y desconocía la existencia de centros que impartían instrucción, por lo tanto no daban importancia a la educación de sus hijos.

En 1963 incursiona por primera vez la educación, propiciada por la "Misión Adventista del Lago Titicaca", quienes crearon la primera escuela particular. Actualmente cuentan con instituciones de educación inicial, primaria y secundaria.

4.2.5. Servicios básicos

- a. **Servicio de agua.**- En las islas la población utiliza el agua del lago previamente hervida, algunas islas cuentan con sistemas de filtración artesanal para el agua antes de ser consumida.
- b. **Servicio de luz.**- En las islas todas las familias cuentan con paneles solares, de las cuales obtienen energía para cubrir sus necesidades básicas.



Figura 2. Vista de los paneles solares en la isla.
Por F. Justo. 2016

- c. **Servicio de teléfono:** No existe servicio de teléfono fijo, sin embargo todas las familias tienen celulares, las cuales se hacen indispensables en la actividad turística en la cual se desenvuelven.
- d. **Servicio de desagüe:** Para su sistema de desagüe los pobladores construyen otra isla pequeña, a donde ellos van para realizar sus necesidades, que luego es cubierta con

cal. Es una isla cerca de donde ellos viven. Además utilizan la cal para evitar la contaminación de la isla.



Figura 3. Vista de los baños secos.
Por F. Justo. 2016

4.3. DIVISIÓN POLÍTICA.

Las islas flotantes de los uros: 70 islas divididas en dos sectores:

- Sector de Urus Chulluni
- Sector de las islas flotantes.

4.4. ASPECTO HIDROGRÁFICO:

Este sistema es la joya de la cuenca del lago Titicaca mide 204 km de largo y 65 km de ancho, ocupando 8.562 km², de los cuales 4.772 km² corresponden al Perú y 3.790 km² a Bolivia. Está situado a una altura de 3810 msnm. La cuenca del lago está alimentada por cinco ríos: Ramis, Coata, Huancané, Suches, Desaguadero y el lago Slipper y la laguna Wiñamarca. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

4.4.1. Lago Titicaca:

- **Superficie.** Se estima en 8,3000km² de las cuales corresponden al Perú 4,996.23 Km² y el resto a Bolivia.

- **Profundidad.** La profundidad es variable, obedece al mayor aporte o pérdida de agua en el lago Titicaca, además el piso continental no es uniforme, existiendo fallas tectónicas en la parte oriental del lago, razón por la que se estima su profundidad máxima en 281 m.

4.4.2. Ecología Acuática.

El Lago alberga a seres vivos entre flora y fauna; las que interactúan con los pobladores de las islas.

a. Flora.

Las islas flotantes de los Uros que son parte de la Reserva Nacional del Titicaca, donde las cañas de totora o científicamente conocido como (*Schoenoplectus* o *Scirpus totora*), estos favorecen el equilibrio del ecosistema y el hábitat de las poblaciones de aves silvestres que habitan en el lago. Las raíces de las totoras crecen en tierras fangosas cubiertos por la masa de agua y el tallo bajo el agua es de color blanco y de afuera es de color verde, su raíz se conoce como Sacca. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

b. Fauna

Los peces nativos forman parte de la dieta de los habitantes de las islas flotantes de los Uros, varios de ellos se venden en los mercados locales de Puno y Juliaca. Las aves del lago se comercializan a través de taxidermia en esta parte del lago. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

4.5. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LAS ISLAS DE LOS UROS

4.5.1. Las islas flotantes

El conjunto de islas flotantes acompañado del lago, el cielo azul, la observación de las aves hacen de este conjunto de islas un atractivo natural y único; es por lo tanto un punto de visita obligado tanto por los visitantes locales y en especial para el turismo receptivo. La isla más grande tiene un pequeño museo con una colección de aves disecadas, también se puede ver sus textiles, sus bordados y como secan el carachi al sol.



Figura 4. Vista panorámica de las islas.
Por F. Justo. 2016

Estado de conservación.

Cada isla presenta un buen estado de conservación, debido a que los pobladores están en constante renovación, el mantenimiento es una labor habitual, obligatoria del comunero; el calendario de mantenimiento es flexible y están subordinados principalmente a dos factores; climático (precipitaciones pluviales, vientos, tormentas) y humano.



Figura 5. Vista de una isla bien conservada.
Por F. Justo. 2016

La frecuencia del mantenimiento de las islas es de 2 veces al mes o cada 15 días, generalmente es la época de lluvia es de dos veces y en época seca es de 2 a 3 veces. Sin olvidarse de las habitaciones, las lanchas de totora, los miradores entre otros puntos complementarios que hacen de cada isla un espacio acogedor para todo visitante.



Figura 6. Vista de los pobladores llevando totora.
Por F. Justo. 2016

4.5.2. Manifestaciones folklóricas

4.5.2.1. Fiestas tradicionales:

Las fiestas tradicionales y rituales en el año y en las que participan los diferentes sectores, organizando conjunto de danzas autóctonas y mestizas; se han convertido en un atractivo turístico cultural y al mismo tiempo atractivo turístico natural.

4.5.2.2. Gastronomía:

En las islas de los Uros la gastronomía está preparada en base a trucha, pejerrey, mauri y carachi complementando con productos de nuestra región, como tubérculos, cereal y hortalizas. Así la calidad de los platos que se sirven es de alto valor proteico.

Entre las comidas típicas están considerados los siguientes:

- Chaulla Thimpo, que puede ser de cualquiera de los peces antes mencionados o combinados en un solo plato. Así como el thimpo de trucha.
- Chicharrón de trucha.



Figura 7. Vista de una emprendedora cocinando a fogón.
Por F. Justo. 2016



Figura 8. Vista de la cocina.
Por F. Justo. 2016

4.5.2.3.Artesanía:

Los productos artesanales que expende cada familia miembro de la isla es otra de las ocupaciones muy importantes que mueve la economía de las islas; por tal motivo todos los miembros de la familia; varones, mujeres y niños se dedican a esta actividad; la mujeres elaboran los textiles mientras que los varones se encargan de los productos en base a totora, los niños elaboran pulseras y otros artículos pequeños. Estos productos son comercializados en las mismas islas a los turistas nacionales e internacionales. La artesanía se caracteriza por tener significado cada elemento que vemos en los objetos, tales como las actividades diarias, los dioses tutelares bordados en fina bayeta y de la totora el material se elaboran sombreros, balsitas; también venden cerámica, pulseras, vinchas entre otros souvenirs. (Wikipedia, Islas Flotantes de los Uros, 2016)

4.5.2.4. Vestimenta típica

La ropa típica de los pobladores de las islas o está confeccionada íntegramente con la lana de los animales de la región, la cual después de un proceso de hilado y tejido se convierte en una linda bayeta, para luego teñirlas y elaborar sus chaquetas, polleras multicolores, pantalones y chalecos; las mujeres llevan polleras a todo color y generalmente una chaqueta roja o rosada o en colores muy llamativos como el azul o el verde; sin embargo los varones llevan un pantalón negro y una chaqueta blanca.



Figura 9. Vestimenta típica Uros.
Por F.Justo. 2016

4.5.3. Actividades Turísticas Complementarias

- Paseo en lancha de totora.

- Pesca artesanal.
- Paseo en cayacs.
- Danza.
- Actividades de Misticismo y Esoterismo: Pago a la Cotamama, lectura de coca.

4.5.4. Servicios Turísticos que ofrecen los pobladores de las islas de los Uros

4.5.4.1. Alojamiento Rural

En cuanto al alojamiento se organizan por islas, cada isla tiene de tres a diez familias, los varones construyen las habitaciones y las camas de totora, y las mujeres se encargan de acondicionar con decoración de diferentes bordados, tejen las frazadas, ponen las cubre camas con bordados muy coloridos.



Figura 10. Vista de una habitación en la isla.
Por F. Justo. 2016

Cuando un turista viene a hospedarse ellos tienen disponibles habitaciones con camas simples, dobles hasta matrimoniales; han aprendido en las capacitaciones de housekeeping como tender y presentar una cama y que debe tener la habitación como agua o caramelos de coca.



Figura 11. Presentación de una cama matrimonial.
Por F.Justo. 2016

4.5.4.2. Alimentación.

En cuanto a la alimentación, existen algunas islas que preparan almuerzos todos los días en temporada alta y está disponible para toda persona que visita la isla sin previa reserva. Sin embargo la mayoría de las islas preparan almuerzos previa reserva para las diferentes agencias de viaje con las que trabajan, estos almuerzos consisten en: una sopa de quinua, pejerrey, trucha o queso frito, más infusión de coca o muña. Para los turistas que deseen comprar agua entre otros también para el abastecimiento de las islas existe una tienda flotante.

4.5.4.3. Transporte Lacustre:

Se realiza en barcos que salen del puerto de Puno, en un viaje aproximado de 30min. Existe una Asociación de Empresas Unificadas de Transporte Lacustre denominada (AEUTAL), estas embarcaciones tienen una organización en cuanto a la frecuencia con la que deben zarpar y trasladarse hacia las islas de los Uros.

4.5.5. Agencia de Viajes Proveedoras de Turistas

Tabla 8. Agencias de viajes proveedoras de turistas.

Destino.	Agencia de Viajes y Turismo	
Islas de los Uros	Kontiki Tours	Edgar Adventures
	Inca World Travel.	Inca Lake
	Jumbo Travel Puno.	Explorandes
	Titicaca Tour	Amaru Tours
	Titikaka Explorer	Quimbaya Tours.
	All Ways Travel	Pirwa Travel.
	Puno Tours.	Otros.
	Inkandina,	

Por F.Justo.2016.

4.6. MEDIOS DE PROMOCIÓN

Google

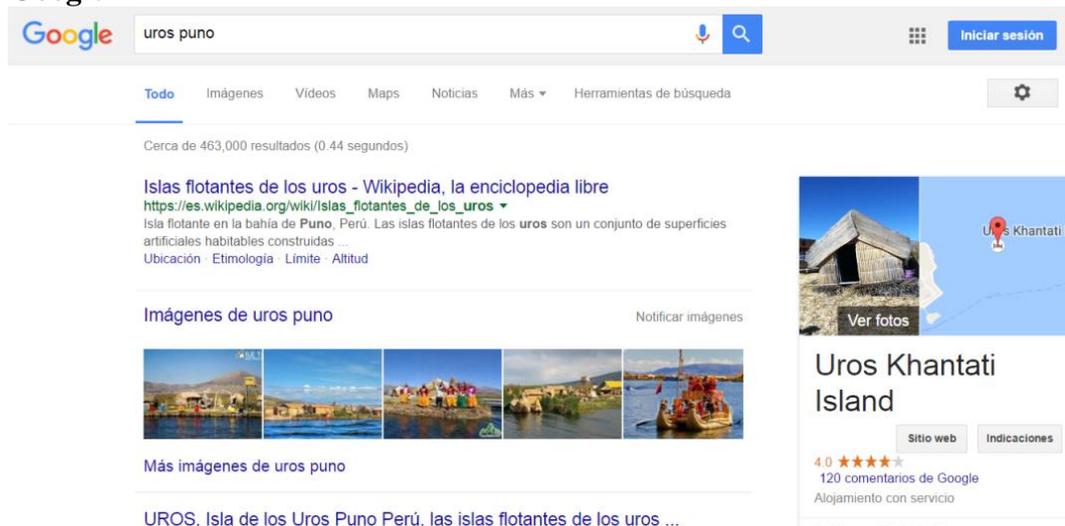


Figura 12. Google.

Un buscador que permite interactuar entre personas alrededor del mundo, tal es el motivo que los pobladores de las islas lo consideran uno de los medios de promoción de su producto, así utilizan las páginas web que crearon a las cuales se puede acceder desde cualquier parte del mundo ingresando con el nombre de: "Uros Puno", vía Google. Aquí la demanda potencial podrá informarse acerca de la variedad de oferta que tienen las islas.

YouTube

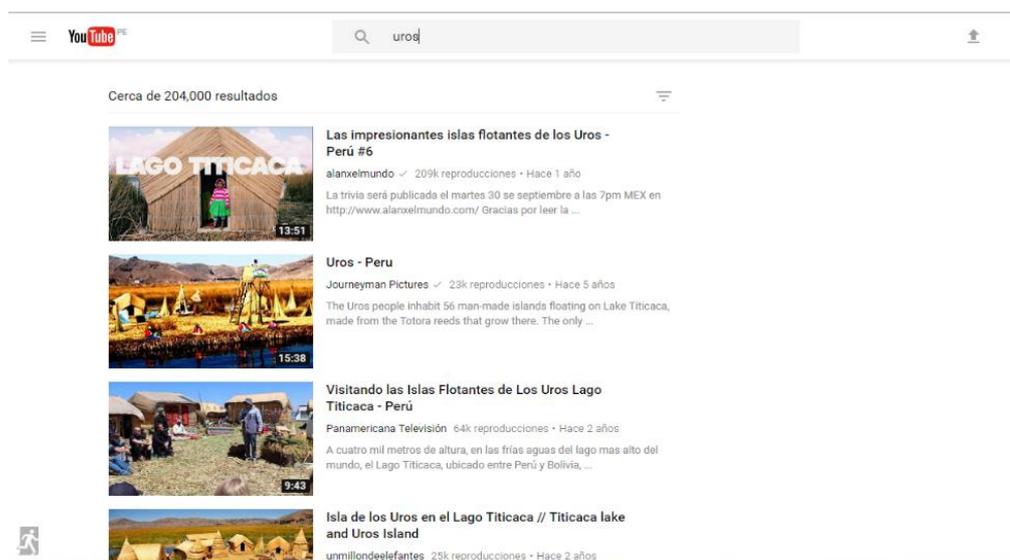


Figura 13. Youtube.

Otra de las alternativas que los pobladores aprovechan para ofertar su producto y gracias a la tecnología y capacitación que reciben, y con la ayuda de organizaciones que más adelante mencionamos, hicieron videos promocionales de las islas de los Uros, que se pueden visualizar en el canal de "You Tube", un buscador de videos muy utilizado hoy en día, así el material promocional está listo para ser visualizado en cualquier parte del mundo.

4.7. INSTITUCIONES DE APOYO

DIRCETUR.
REDTURC.
Municipalidad de Puno.

PELT
Proyecto SAYWA.
Otras empresas.

CAPITULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Tabla 9. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a Puno/ años 2015-2016

Años	2015	2016
Nacionales	187932	119662
Extranjeros	269333	157900
Total	457265	277562

De la tabla observamos que la demanda de turistas extranjeros a Puno se ha visto favorecida durante el año 2015, para el año 2016 tenemos una ligera disminución de la demanda en general, lo cual repercute en la demanda turística que tienen los diferentes lugares turísticos de Puno. Por MPP Turismo 2016.

Tabla 10. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a la islas de los Uros Puno 2015-2016

Años	2015	2016
Nacionales	31195	8899
Extranjeros	111687	20245
Total	142882	29144

Según la tabla anterior, observamos que la afluencia de turistas a las islas de los Uros durante los años 2015 y 2016 se ha mantenido en constante evolución. Esta demanda en su mayoría es extranjero. Por MPP Turismo 2016.

Tabla 11. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a la islas de los Uros-Puno Año 2016 por meses.

MESES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nacionales	1129	1112	1611	762	536	333	1198	822	211	374	452	359
Extranjeros	1606	2129	1927	1684	1908	1746	2151	1795	1240	1385	1726	948
Totales	2735	3241	3538	2446	2444	2079	3349	2617	1451	1759	2178	1307

Observamos la fluctuación durante el año 2016 con su punto más alto de turistas extranjeros en las islas de los Uros en el mes de marzo con un total de 3mil 538 turistas, los turistas nacionales acuden masivamente durante los meses de enero, febrero y marzo; mientras que los turistas extranjeros arriban durante todo el año regularmente teniendo un solo punto bajo en el mes de diciembre. Por MPP Turismo 2016.

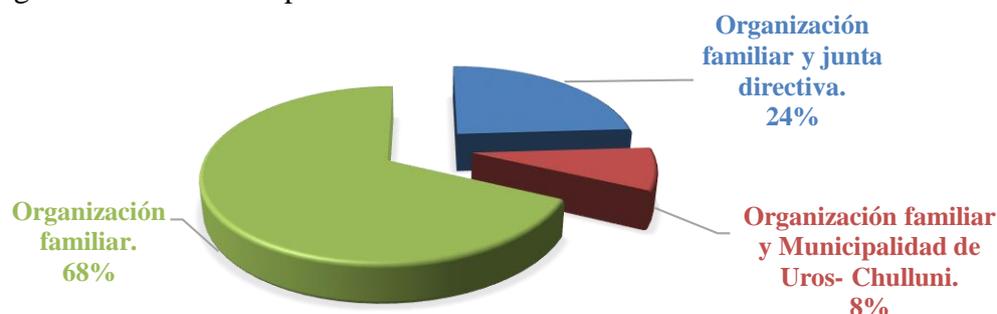
5.2. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO.

A partir de los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendedores de las islas de los Uros, obtenemos que el impacto de la demanda turística da resultados positivos en el aspecto socioeconómico. Para el desarrollo de los objetivos de la investigación realizamos primero el análisis del impacto social y luego el análisis del impacto económico.

5.2.1. Análisis del impacto social

5.2.1.2 Aspecto organizacional

Gráfico 1. Organización de los emprendedores en las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Según el gráfico, el 68% de las personas encuestadas respondieron que tienen una organización familiar, dentro de la cual ellos se organizan para mantener su isla, vender la artesanía hacer limpieza; seguido del 24% quienes tienen una organización familiar y junta directiva, finalmente un 8% manifiesta que tienen una organización familiar pero también la

Municipalidad de Uros Chulluni organiza las islas, con el recojo de basura de todas las islas, obteniendo capacitaciones para atender mejor a los turistas, entre otras actividades. Podemos observar que la actividad turística hizo que los emprendedores se organicen internamente y ven la manera de formalizarse, porque la demanda turística los obliga a trabajar de manera organizada con un presidente por isla y a la vez pertenecen a una organización más grande de todas las islas, ésta última está regido por un presidente que representa a todas las islas, ellos lo llaman “el papá de todas las islas” él se encarga de organizar el mantenimiento general de las islas, de la rotación para recibir a los turistas, organiza las fiestas patronales y los carnavales. Por F.Justo.2016.

Gráfico 2. Actividades que realizan en dichas organizaciones.

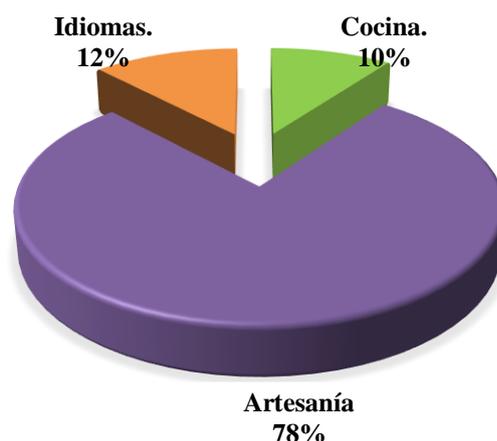


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Según el gráfico, el 36% de los encuestados indica que en dichas organizaciones realizan el mantenimiento de las islas, mientras que el 32% indica que en dichas organizaciones realizan el recojo de basura de las islas, un 14% manifiesta que realizan actividades para fortalecer los servicios turísticos, el 12% indica que realizan la organización de las fiestas costumbristas finalmente un 6% indica que realizan otras actividades como los voluntarios para hacer ronda y evitar que los niños caigan al lago. Entonces la actividad turística hace que los

emprendedores se organicen para hacer el mantenimiento de las islas y conservarlas en buen estado además vivir adecuadamente revalorando sus costumbres y tradiciones además de brindar un buen servicio a los turistas. Por F.Justo.2016.

Gráfico 3. Áreas en las que se capacitaron los emprendedores de las islas de los Uros.

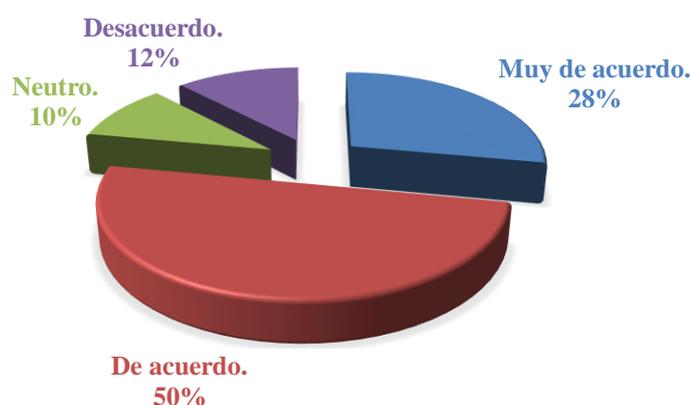


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

El 78% de los encuestados se capacitó en artesanía, un 12% se capacitó en idiomas, ellos manifiestan que la Municipalidad de uros Chulluni trae a dichos capacitadores y finalmente un 10% de los encuestados manifestó que se capacitaron en cocina; mas ninguno de los emprendedores respondió que fueran capacitados en reducción de residuos sólidos o housekeeping. Ellos manifiestan que es de suma importancia capacitarse para seguir desenvolviéndose en la actividad turística y que la constante afluencia de turistas los motivó a capacitarse, entonces su motivación es aprender más acerca de artesanía debido a que es su principal fuente de ingreso ya que estas familias no ofrecen hospedaje ni alimentación, algunos pobladores optan por aprender idiomas para tener una mejor comunicación y generar confianza con el turista, pero también existen islas que ofrecen alimentación cuyos pobladores recibieron capacitación en relación a la cocina y la manipulación de alimentos

esto para atender con calidad y eficiencia las reservas de desayuno o almuerzo que requieran los turistas. Por F.Justo.2016.

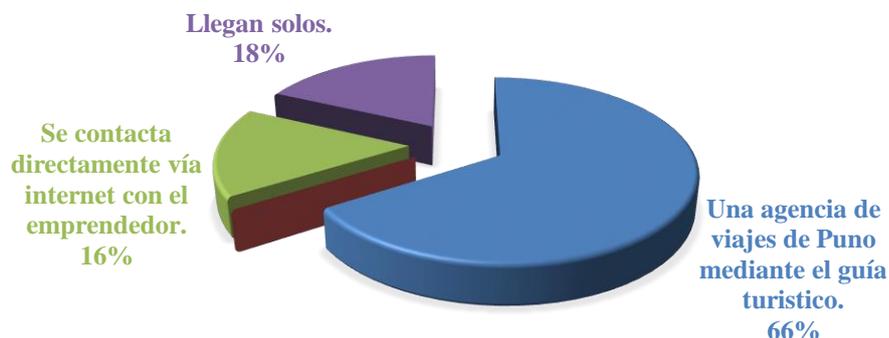
Gráfico 4. Alianza de los emprendedores de las islas de los Uros con las agencias de viajes.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

El 50% de los encuestados afirma que están de acuerdo con la alianza que se tiene con las agencias de viajes un 28% manifestó que estaban muy de acuerdo un 12% manifestó que estaban en desacuerdo sin embargo en 10% tuvo una opinión neutra. Sucede que la mayoría de los pobladores están de acuerdo con la alianza mediante las agencias de viaje debido a que son buenos aliados y tenerlos como socios estratégicos es bueno para sus emprendimientos por la dinamización de la visita y generación económica, en menor porcentaje fueron los que estaban en desacuerdo debido a que consideran que las agencias de viajes se llevan el mayor porcentaje de las ganancias y a los emprendedores sólo les pagan el mínimo, para otro porcentaje menor de pobladores consideran que les es indiferente la alianza con las agencias de viaje ya que de cualquier modo llegaran los turistas a visitarlos. Por F.Justo.2016.

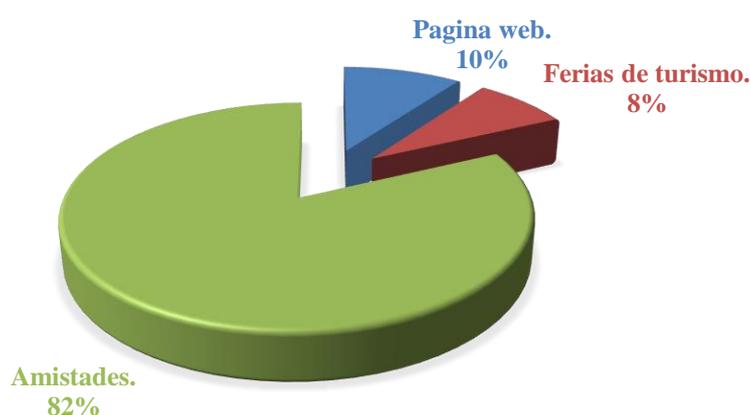
Gráfico 5. Forma de contacto para llegar a su isla.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Del gráfico observamos que el 66% indica que los turistas llegan a visitar las islas mediante una agencia de viajes de Puno y los trae un guía de turistas, mientras que el 18% afirma que llegan solos debido a que en el puerto de Puno ofrecen estas visitas los transportistas acuáticos llevando a visitar dichas islas tanto a turistas locales, nacionales e internacionales; un 16% afirma que se contactaban directamente vía internet con el emprendedor, esto ocurre con los hospedajes rurales quienes en su afán de progresar implementaron y adecuaron sus islas además de utilizar el internet y los correos electrónicos. Por F.Justo.2016.

Gráfico 6. Medios de promoción que utiliza su emprendimiento.

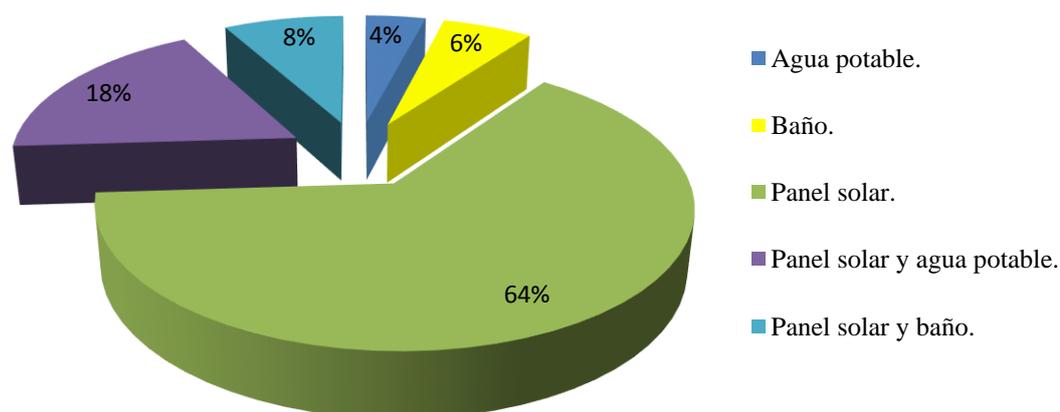


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Del gráfico observamos que el 82% de la población encuestada utiliza como medio de promoción a las amistades y son los guías que se convierten en sus amigos y sus contactos estratégicos siempre que no haya el sistema de rotación en las islas; seguido de un 10% que promocionan su isla vía página web, sólo un 8% manifiesta que promocionan su isla en las ferias de turismo. Todo esto debido a que no todos los emprendedores tienen la oportunidad de viajar a las ferias de turismo y la mayoría de los emprendedores siguen utilizando el sistema habitual y esperando a que lleguen los turistas, sobre todo haciendo amistad con los guías para que ellos lleven a los turistas a determinada isla. Por F.Justo.2016.

5.2.1.3. Salud y educación.

Gráfico 7. Servicios básicos con que cuentan los emprendedores de las islas de los Uros.

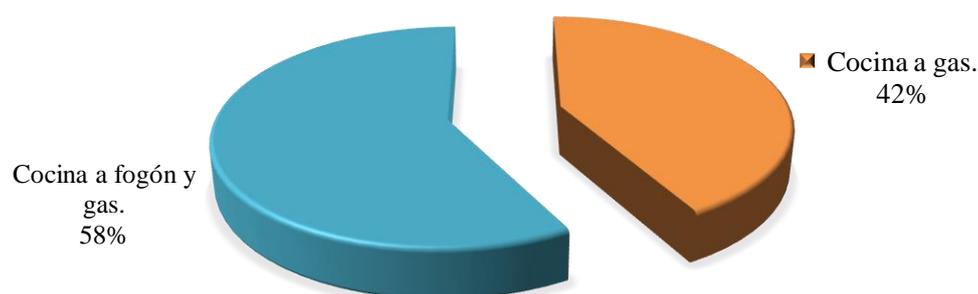


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

De la tabla obtenemos que el 64% de los emprendedores tienen sólo panel solar, seguido del 18% de los encuestados quienes manifiestan que tienen panel solar y agua potable, un 8% indica que tienen panel solar y baño, con un porcentaje mínimo del 6% manifiestan que sólo tienen baño, finalmente un 4% indica que sólo tienen agua potable. Cabe destacar la importancia que tienen los paneles solares en las islas y el buen porcentaje de personas que cuentan con estos aparatos es debido a que una fundación se los obsequió a casi todas las

islas, en lo referente a los baños, recientemente algunas islas se están implementando con el servicio de baños ecológicos como los baños secos, esto generalmente sólo tienen las islas más representativas de los Uros debido a su empeño y ganas de superación; el agua potable se da mediante un sistema de filtros que tiene cada isla. Por F.Justo.2016.

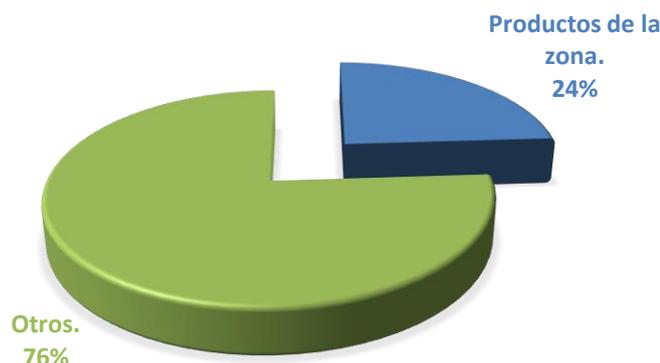
Gráfico 8. Tipo de cocina que utilizan los emprendedores de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

De la tabla obtenemos que un 58% de los emprendedores cuentan con cocina a fogón y cocina gas a la vez lo cual les permite preparar los alimentos con mayor facilidad e higiene, pero a la vez siguen teniendo el fogón para preparar los alimentos cuando el clima está apropiado y no llueve y no hay vientos fuertes; un 42% de los encuestados manifestó que sólo tienen cocina a gas ya que el fogón no les permite cocinar por el abundante viento que recorre en las islas; ninguno de los entrevistados afirmó tener cocina a kerosene o sólo fogón. Así el turismo ha hecho que no sólo utilicen el fogón, sino vean la mejor forma de preparar los alimentos inclusive utilizando cocina a gas, pero algunos utilizan el fogón sólo para la demostración a los turistas. Por F.Justo.2016.

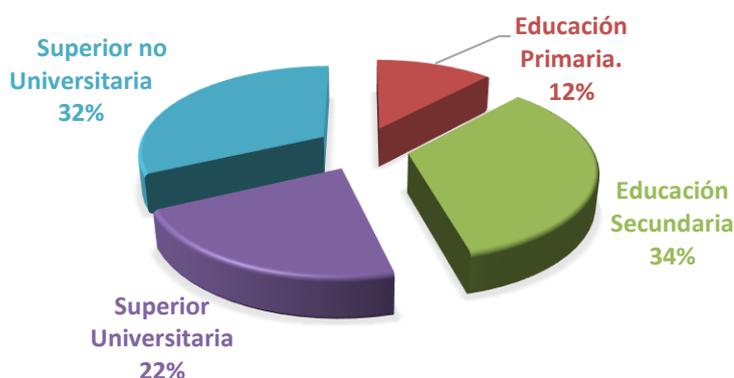
Gráfico 9. Insumos que utilizan para su alimentación los emprendedores de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora – 2016

Observamos que el 76% de los encuestados manifiesta que utilizan otros productos como arroz, fideo, pollo o carne; un 24% utiliza como insumos para su alimentación diaria los productos de la zona que es en base a peces del lago como la trucha, el pejerrey, el carachi, el ispi; también la base de la totora denominada “chullo” que es una fuente rica de yodo. Se deduce que la mayoría de los pobladores han visto la vía más fácil para obtener sus alimentos y es comprando productos traídos de la ciudad, así los productos de la zona que se obtenían con el trueque han quedado relegados. Por F.Justo.2016.

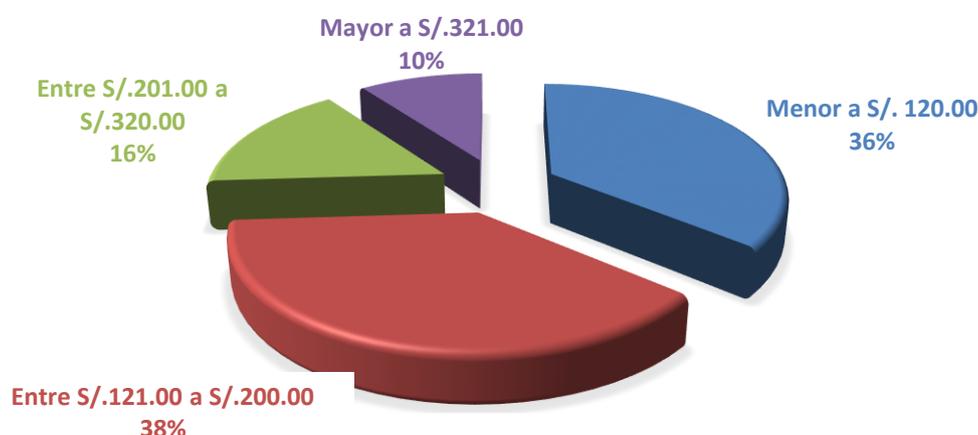
Gráfico 10. Grado de instrucción de los emprendedores de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Observamos que el nivel de instrucción de las familias involucradas en la actividad turística de las islas de los Uros, el mayor porcentaje se encuentra en la población con educación secundaria con un porcentaje de 34%, esto les permite administrar en lo básico sus emprendimientos; seguido del nivel superior no universitaria con el 32%, cuyas personas optan por estudiar en los diferentes institutos, tecnológico y CETPROs de la ciudad; con un porcentaje regularmente considerable del 22 % se encuentra la población con instrucción superior universitaria quienes generalmente estudian carreras profesionales que tengan que ver con la administración de empresas, turismo o guía de turismo, gastronomía y el 12% de personas con educación primaria, cabe resaltar que en la entrevista no encontramos a personas analfabetas. Lo que nos indica que la actividad turística ha impulsado a los jóvenes a estudiar y obtener la superación personal. Por F.Justo2016.

Gráfico 11. Inversión mensual para los estudios de sus hijos.

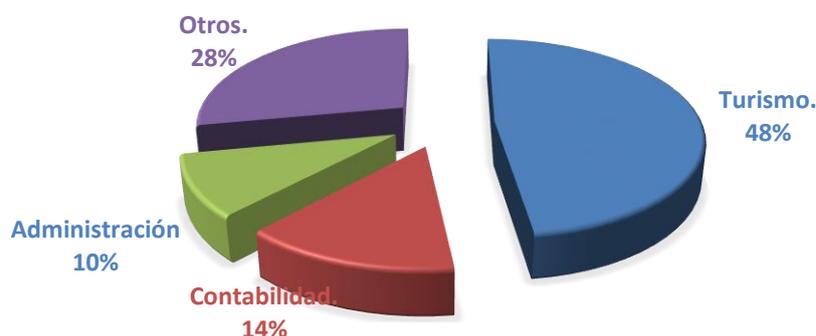


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Del gráfico observamos que la mayoría de la población encuestada con un 38% invierte en la educación de sus hijos entre S/.121.00 a S/.200.00 mensualmente, esto se debe a que generalmente estudian en instituciones educativas del estado; seguido del 36% de los emprendedores cuya inversión para la educación es menor a S/. 120.00, un 16% de los

encuestados manifiesta invertir entre S/.201.00 a S/.320.00, finalmente sólo un 10% de los encuestados invierte un monto mayor a S/. 321.00. Esto debido a que sus hijos salen a estudiar a la universidad o a los diferentes institutos de la ciudad de Puno. Por F.Justo.2016.

Gráfico 12. Carreras profesionales con mayor demanda por parte de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros.

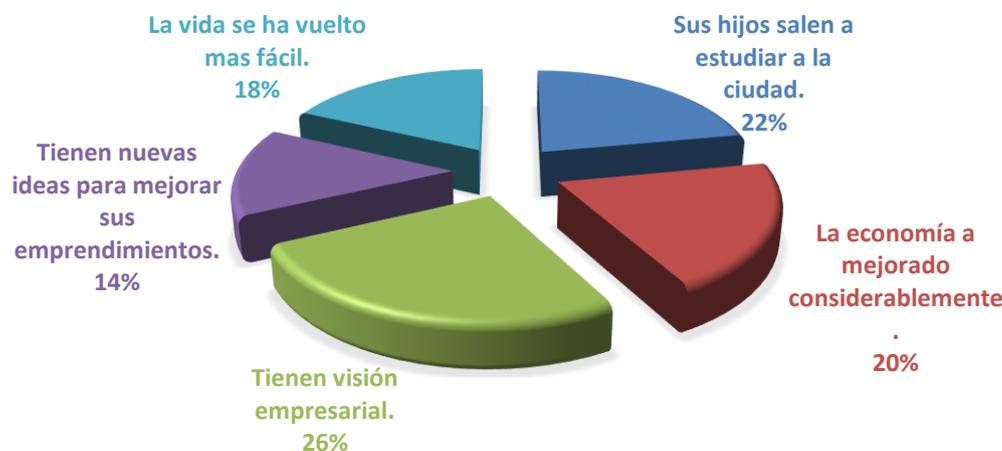


Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Del gráfico observamos que la carrera con más demanda por parte de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros es la carrera profesional de turismo con un 48%, seguido del 28% quienes optan por otras carreras profesionales, un 14% decide estudiar la carrera profesional de contabilidad, finalmente un 10% prefiere estudiar la carrera profesional de administración; estas carreras son estudiadas tanto en la universidad como en los diferentes institutos de la ciudad de Puno. Así el turismo ha hecho que cada vez más los hijos de los emprendedores se empeñen en estudiar carreras profesionales relacionadas con la actividad turística. Por F.Justo.2016.

5.2.1.4. Aspectos socioculturales.

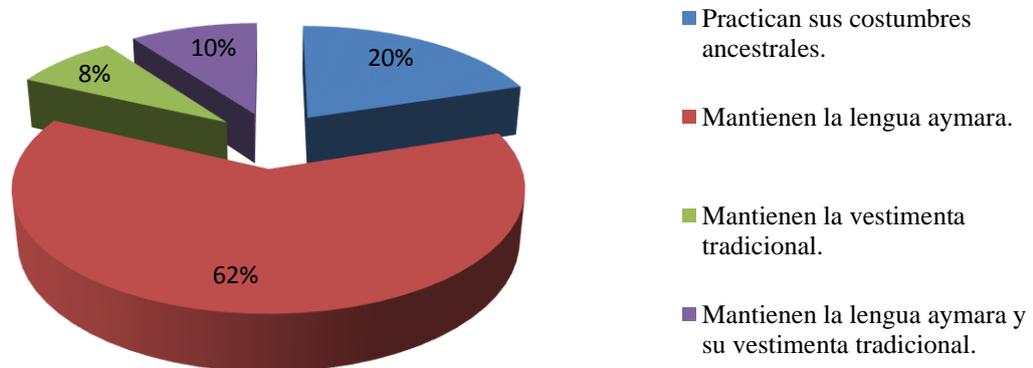
Gráfico 13. Cambios importantes en la vida de los emprendedores de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Tal como se muestra el gráfico, el 26% de los encuestados afirmó que uno de los cambios más importantes en su vida producto de la actividad turística es que ahora para sus emprendimientos tienen visión empresarial, mientras que el 22% manifiesta que el principal cambio en su vida es que ahora sus hijos salen a estudiar a la ciudad, cosa que anteriormente no ocurría ya que se quedaban con la educación básica brindada sólo en la isla, un 20% indica que la economía ha mejorado considerablemente en las familias lo cual les permite dar una mejor educación, alimentación entre otras facilidades para sus hijos; el 18% manifiesta que la vida se ha vuelto más fácil gracias al turismo, que tienen hasta tiendas flotantes y todo a su alcance, un 14% afirmó que ahora gracias a la visita de los turistas tienen nuevas ideas para mejorar sus emprendimientos. Ellos manifiestan que el turismo les ha facilitado la vida, pero a la vez que se olvidaron de las tradiciones como el trueque. Por F.Justo.2016.

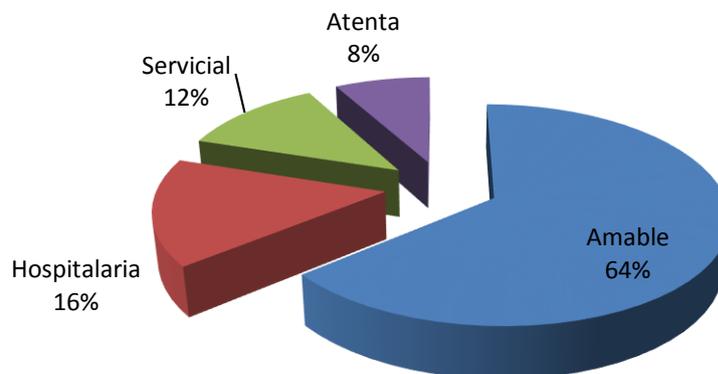
Gráfico 14. Actividades de los emprendedores de las islas de los Uros para la conservación de su cultura.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

El 62% de los encuestados respondió que una de las actividades principales para conservar su cultura es que mantienen la lengua aymara, mientras que el 20% afirmó que practican sus costumbres ancestrales como el pago a la Ccota mama, un 10% manifiesta que mantienen la lengua aymara y su vestimenta tradicional a la vez para conservar su cultura, finalmente un 8% considera que mantienen su vestimenta tradicional con la finalidad de conservar su cultura. Es así que la actividad turística ha hecho que se organicen para conservar sus costumbres y valoren más las tradiciones, su lengua originaria, su vestimenta. Por F. Justo. 2016.

Gráfico 15. Los pobladores de las islas de los Uros y su comportamiento hacia el turista.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Según se muestra el gráfico el 64% de los encuestados respondió que el comportamiento de los emprendedores de las islas de los Uros hacia el turista es amable dando énfasis en que es la actitud que marca la primera impresión en cualquier lugar, mientras que el 16% afirma que es atenta, pues siempre están al tanto de las necesidades o consultas que podrían hacerles los turistas, el 12% respondió que el comportamiento de los emprendedores hacia el turista es servicial, pues dijeron estar siempre a su disposición, y el 8% manifiesta que su comportamiento es atento; cabe destacar que ninguno de los pobladores manifestó que su comportamiento era receloso o sin muestra de interés. Los emprendedores han aprendido que el buen trato la amabilidad y mostrarse servicial hace que los turistas compren más productos artesanales por un lado, pero a la vez también recomiendan esa isla a sus amigos una vez que vuelven a sus países de origen. Por F.Justo.2016.

Gráfico 16. Actitud de recepción frente al turista cuando llega a su emprendimiento.



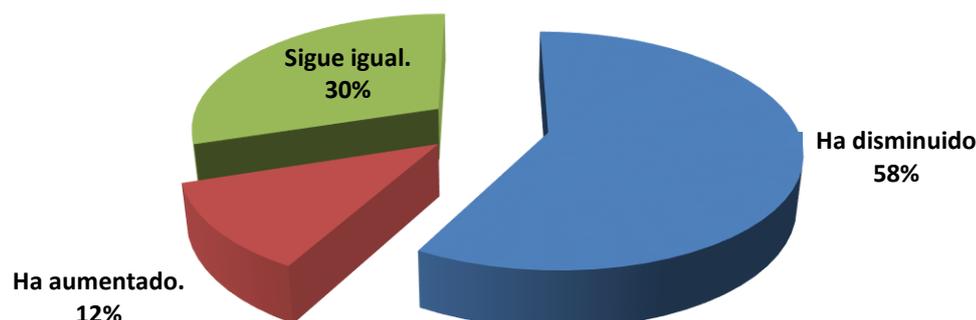
Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Tal como se muestra el gráfico, el 74% de los encuestados indica que la recepción al turista cuando llega a su emprendimiento es con canciones, esto se debe por ser práctico ya que los turistas permanecen poco tiempo visitando las islas; un 16% de los emprendedores hacen la recepción con música y baile acompañado de canticos andinos, con mensajes de amor y

alegría por la visita haciendo partícipe al turista en el breve baile que se genera, un 10% de los emprendedores hacen la recepción con un mate de hierbas de la zona, debido a que muchos de los turistas arriban a Puno con el mal de altura y este mate les hace mucho bien.

Por F.Justo.2016

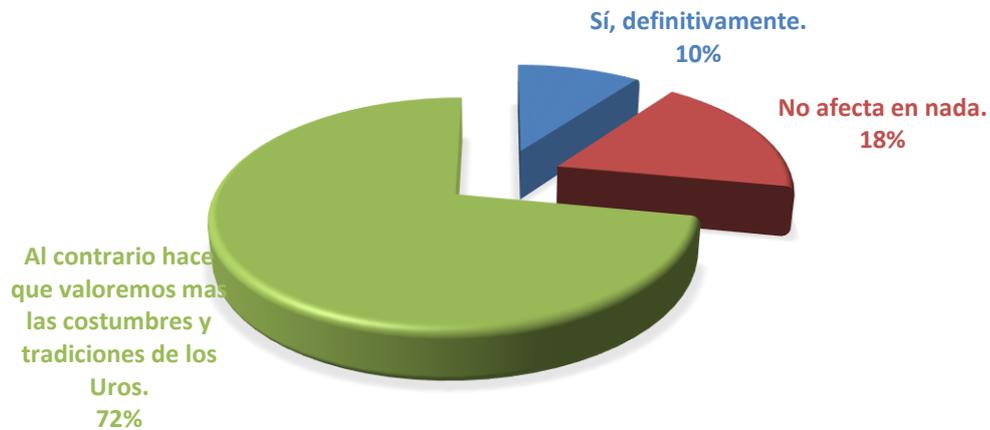
Gráfico 17. Migración de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros por la actividad turística.



Fuente: Elaborado por la investigadora – 2016

Observamos que el mayor porcentaje con un 58% indica que la migración de los hijos de los pobladores de los Uros ha disminuido por la actividad turística, ya que ven en sus emprendimientos una actividad rentable y sostenible en el tiempo; un 30% manifiesta que la migración sigue igual, que no notaron cambios; en un mínimo porcentaje del 12% indica que la migración a aumentado. Se observa que la actividad turística para los jóvenes se ha vuelto atractiva, es así que ellos se motivan para agruparse y formar su propia isla. Por F.Justo.2016.

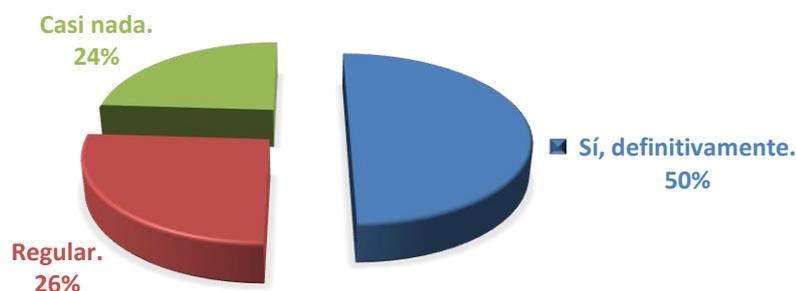
Gráfico 18. Se pierde la identidad cultural por la actividad turística.



Fuente: Elaborado por la investigadora – 2016

Según se muestra en el gráfico el 72% de los encuestados respondió que la actividad turística hace que se valoren más las costumbres y tradiciones de los Uros, debido a que el turista valora la vestimenta autóctona, la comida del lugar y el idioma aymara los pobladores se dedican a conservar todo ello para que sigan visitándoles a sus islas; mientras que el 18% afirma que no afecta en nada debido a que sus tradiciones y costumbres son muy respetados por todos los pobladores desde tiempos antiguos hasta la actualidad y así se mantendrá manifiestan, un 10% respondió que definitivamente se pierde la identidad cultural por la actividad turística, ya que generalmente los jóvenes se dejan impresionar por lo nuevo que traen los turistas y tratan de imitar. Por F. Justo. 2016.

Gráfico 19. El turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Según muestra el gráfico el 50% de los encuestados manifestó que sí, definitivamente el turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades, ya que desde los niños, jóvenes, adultos y hasta las personas de la tercera edad tienen oportunidades de participación en esta actividad, mientras que un 26% respondió que regularmente la actividad turística hace que se involucren a todas las personas en la actividad, finalmente un 24% responde que en casi nada afecta la actividad sobre las desigualdades sociales y el aumento de oportunidades. Por F.Justo.2016.

5.2.2. Análisis del impacto económico.

5.2.2.1. Ingresos y empleo.

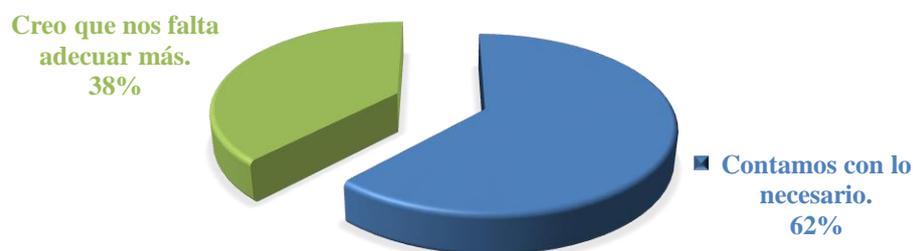
Gráfico 20. La principal fuente de ingresos para la familia emprendedora de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Tal como muestra el gráfico el 66% de los encuestados respondió que la principal fuente de ingresos para su familia es la venta de artesanía, una cantidad elaborada por ellos y la otra parte la traen algunos de Laraqueri y otros desde July, y lo adquieren en una pequeña feria que se realiza en Uros Chulluni, el 12% de los encuestados manifiestan que la actividad del transporte acuático genera su principal fuente de ingresos, mientras que el 10% de los encuestados dijo que la venta de gastronomía local es la fuente de sus ingresos, son los restaurantes y hospedajes rurales que dentro del paquete incluyen la alimentación, pero ellos sólo preparan previa reserva para las agencias de viaje que requieren este servicio; mientras que el 8% de la población afirma que viven de la pesca, y es la minoría debido a que la cantidad de peces ha disminuido considerablemente por la contaminación proveniente de las mineras, es así que han visto a la actividad turística como una buena alternativa para poder generar sus ingresos, sólo un 4% se dedican a brindar hospedaje rural y precisamente estas islas son las más representativas por su buen equipamiento y buena atención al turista. Por F. Justo.2016.

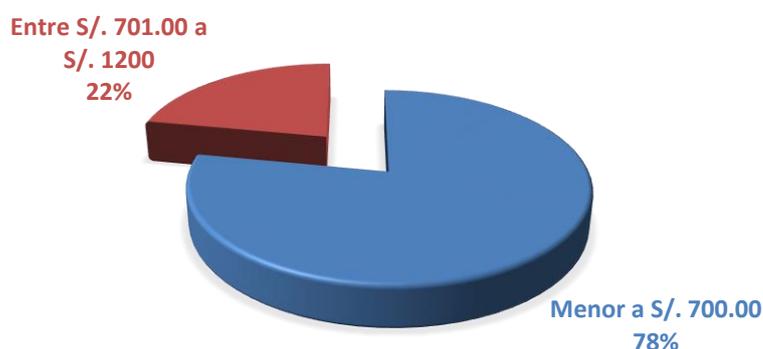
Gráfico 21. Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar una buena atención al turista.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

En el gráfico se puede observar que, el 62% de los encuestados manifiesta contar con lo necesario para brindar una buena atención al cliente, en cuanto al trato desde la bienvenida y el acondicionamiento de su isla; los hospedajes rurales tienen habitaciones cómodas hechas en base a totora y la alimentación que preparan los restaurantes tiene un estándar requerido para la atención a un turista, esto gracias a las capacitaciones recibidas y un 38% indica que aún falta adecuar más su isla con lugares para descansar, con habitaciones y también que les falta aprender más sobre la elaboración de comida novo andina. Por F.Justo.2016.

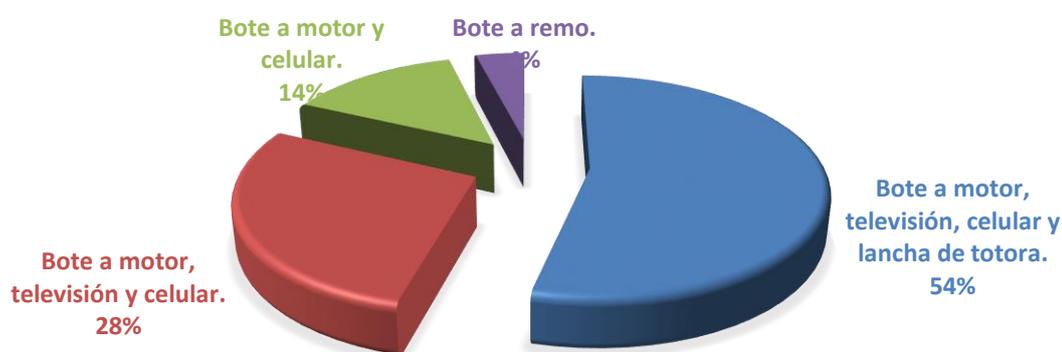
Gráfico 22. Ingreso mensual de los emprendedores de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Según el gráfico se puede observar que, el 78% de los encuestados manifiesta tener un ingreso menor a S/. 700.00 mensuales, en tanto que el 22% indica tener un ingreso que va entre los S/. 701.00 a S/.1200.00 mensuales, que son en su mayoría aquellos emprendedores que han diversificado e implementado muy bien su isla. Los ingresos se han incrementado con la actividad turística, es así que los emprendedores manifiestan que esperan la temporada alta para recibir más visitas e incrementar sus ingresos por mes. Por F. Justo. 2016.

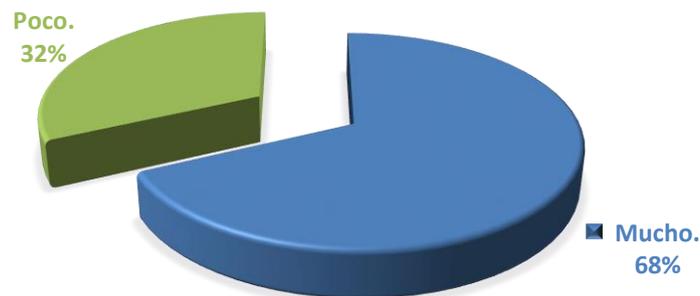
Gráfico 23. Bienes con que cuentan las familias emprendedoras de las islas de los Uros.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Tal como muestra la tabla, el 54% de la población encuestada cuenta con bote a motor, televisión, celular y lancha de totora; estos bienes se han convertido en parte esencial para el buen desenvolvimiento dentro de la actividad turística; un 28% manifiesta contar con bote a motor, televisión y celular, sólo un 14 % cuenta con bote a motor y celular por último un 4% dice contar únicamente con bote a remo son aquellas personas que se dedicaban exclusivamente a la pesca y recién se están insertando en la actividad. Así la actividad turística hizo que se equiparan para poder satisfacer y superar las expectativas de los turistas. Por F.Justo.2016.

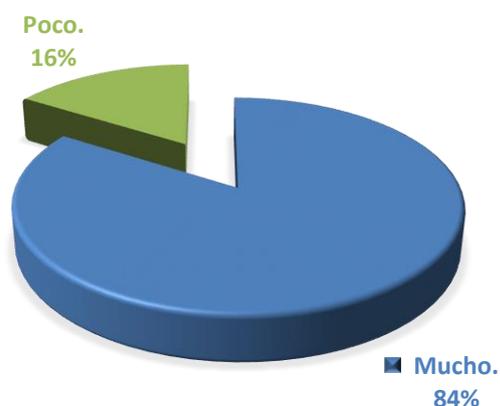
Gráfico 24. El turismo produce aumento en la comercialización de bienes y servicios.



Fuente: Elaborado por la investigadora – 2016

En el gráfico observamos que, el 68% de la población encuestada manifiesta que el turismo produce mucho aumento en la comercialización de bienes y servicios, permitiéndoles obtener mayores ingresos; mientras que el 32% indica que el turismo produce poco aumento en la comercialización de bienes y servicios. Es así que el turismo ha dinamizado la economía de los emprendedores, sobre todo para aquellas familias que han incursionado en el hospedaje rural obteniendo directamente sus clientes vía web, haciendo sus reservas durante todo el año, no se ha dado equitativamente para todos, es por ello que algunos consideran que hubo poco aumento. Por F.Justo.2016.

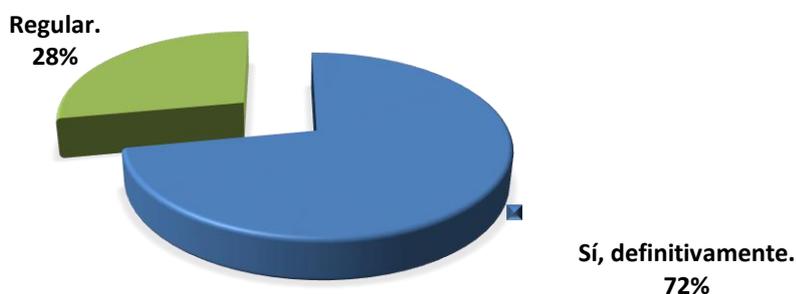
Gráfico 25. El turismo ha hecho que suban los precios en las islas y que se incremente el costo de vida.



Fuente: Elaborado por la investigadora - 2016

Tal como se muestra la tabla, el 84% de la población encuestada manifiesta que el turismo ha hecho que suban mucho los precios en la isla y que se incremente el costo de vida, de tal manera que ellos prefieren comprar de la ciudad de Puno y abastecerse para varios días; un 16% de la población indica que el turismo ha hecho que suban poco los precios en la isla y que el costo de vida se mantenga casi igual. Generalmente los productos cuestan un poco más los días que les toca recibir turistas ya sea el lado Norte o Sur, en los demás días inclusive cuentan con una tienda flotante que va vendiendo los productos de primera necesidad a un precio muy similar que en la ciudad de Puno. Por F.Justo.2016.

Gráfico 26. La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores.



Fuente: Elaborado por la investigadora – 2016

Tal como se muestra en el gráfico, el 72% de los encuestados indican que definitivamente la actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores, es así que los emprendedores han visto gracias al turismo una oportunidad para crecer económicamente, utilizando sus habilidades en artesanía, sus costumbres, su forma de vida; un trabajo que involucra a toda la familia; sin embargo un 28% manifiesta que regularmente la actividad turística genera oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades, debido a que no siempre cuentan con la visita de los turistas, esto se da cuando no existe la rotación así sólo algunas islas en donde sus miembros de familia son hábiles y tienen contactos con los guías recibían más turistas, mientras las otras islas quedaban relegadas. Por F.Justo.2016.

En resumen, la actividad turística en las islas de los Uros ha elevado la calidad de vida de los pobladores, por una parte su economía ha mejorado y la actividad se ha convertido en una alternativa idónea para los que vivían sólo de la pesca, ya que es una actividad que disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades; por otra parte ha despertado el interés de los pobladores por valorar y conservar las tradiciones y

costumbres, así hacer de esta actividad sostenible en el tiempo. La única dificultad resaltante es que la relación que tienen con las agencias de viaje en cuanto al manejo y organización de los paquetes turísticos es de regular a deficiente en su mayoría.

5.3. EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS DEL TURISMO EN LAS ISLAS DE LOS UROS

Tabla 12. Variables e Indicadores Aplicados para la Evaluación de Impactos Sociales del Turismo en las islas de los Uros.

VARIABLE CLAVE	INDICADOR	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR	RESULTADOS
Participación en las políticas públicas de apoyo social.	Financiamiento	Transferencias y subsidios recibidos para el desarrollo de los emprendedores.	Negocios como persona natural Apoyo de la municipalidad provincial de Puno, proyecto SAYWA.
Contribución en el desarrollo humano de los miembros que conforman las islas.	Educación	Formación / capacitación. Para las familias emprendedoras de las islas.	Cuentan con programa de capacitación
	Empleo	Condiciones de trabajo justas y equitativas	El trabajo es familiar.
	Salud	Protección y atención	Existe posta sanitaria.
Participación en el desarrollo social y cultural de las islas.	Asistencia a la familia	Nivel regular y satisfactorio para uno y su familia.	Mejoran sus ingresos y elevan su calidad de vida.
	Asistencia a la población de las islas.	Se involucran y les interesa el desarrollo de la población.	Las agencias de viaje coordinan con la población para brindar un servicio de calidad. Predisposición para las capacitaciones.

Por F.Justo.2016.

Tabla 13. Variables e Indicadores Aplicados para la Evaluación de Impactos Económicos del Turismo en las islas de los Uros.

VARIABLE CLAVE	INDICADOR	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR	RESULTADOS
Generación directa de ingresos	Importancia económica del turismo en las islas de los Uros.	Población organizada para la presentación de la oferta turística.	Población de las islas de los Uros dedicada a la actividad turística y pesca.
	Generación de Autoempleo	Elaboración de artesanías. Preparación de Alimentos Novo Andinos.	El turismo es la principal actividad para obtener ingresos económicos.
	Dependencia de Ingresos por el turismo.	La estacionalidad de esta actividad lo complementan con el turista local y nacional.	Los ingresos económicos mejoran considerablemente en temporada alta los meses de junio a setiembre y se mantienen el resto del año.
Generación Indirecta de Ingresos.	Preferencia de apoyo a la actividad turística Oferta turística	La población confía en la actividad turística. Alojamiento Rural, Gastronomía Típica Actividades como: kayak, paseo en lancha de totora, pesca artesanal, observación de aves.	Existe el empleo familiar integral. El turista se lleva una experiencia única y diversa.
	Impacto multiplicador de la actividad del turismo en los Uros.	Beneficia a los pescadores, artesanos.	El turismo en las islas de los Uros es multiplicador debido a que existe ese efecto en la distribución de su oferta.
Distribución de beneficios económicos por grupo de población	Impacto de la estructura de la actividad económica por el turismo.	Se ha diversificado las actividades económicas	Artesanía, transporte acuático, pesca artesanal.
	Distribución de beneficios económicos por grupo de población	Familias organizadas en conjunto con todas las islas.	Trabajo integral.

Por F.Justo.2016.

CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se presentan las siguientes conclusiones:

Primera: La demanda turística en las islas de los Uros se dio de la siguiente manera, para el periodo 2009-2013, tenemos 62 mil 405 turistas entre nacionales y extranjeros en el año 2011, la estacionalidad se compensa con los turistas nacionales que visitan Puno por la festividad Virgen de la Candelaria, así en los meses de enero y febrero temporada baja para el año 2013 tenemos un total de arribos de 4 mil 851 y 4mil 266 a comparación de julio con 5mil 745 turistas, siendo mínima la diferencia.

Segunda: El análisis del impacto social por la actividad turística en las islas de los Uros, nos muestra una organización familiar guiada por un presidente, en cuanto al trabajo con las agencias de viaje y de acuerdo a los gráficos N° 09 y 10 nos muestra un porcentaje del 50% considerando como buenos aliados, ya que el 66% de las visitas que reciben es a través de una agencia de viajes de Puno. En cuanto a la educación los padres invierten cada vez más en el estudio de sus hijos y ellos optan por estudiar carreras relacionadas al rubro empresarial como muestra el gráfico N°17 turismo el 48%, contabilidad 14%, administración 10 % y otras carreras el 28%; existe cada vez menos migración como manifiesta el 58% de la población. Además conservan su cultura y tradiciones como manifiesta el 62% de la población.

Tercera: En el análisis del impacto económico por la actividad turística en las islas de los Uros, podemos observar que el 72% afirma que el turismo genera grandes oportunidades de empleo , y desarrollo de capacidades para los pobladores, así como el incremento de sus ingresos económicos; un 66% de la población considera que la venta de

artesanía se ha convertido en su principal ingreso económico, tienen un ingreso mensual que supera el sueldo mínimo y que ha ido incrementando con la creciente afluencia de los turistas, lo que les permitió elevar su calidad de vida y destinar mayor atención a su salud y educación.

RECOMENDACIONES

Primera.- A las autoridades que representan a la población de las islas de los Uros y a las entidades ligadas al sector turístico de la región Puno se les recomienda evaluar los impactos que derivan de la actividad turística, para determinar a qué norte nos dirigimos, y si la actividad es sostenible en el tiempo; así evitar efectos negativos en las islas que con el tiempo llegaran a ser irreversibles.

Segunda.- Realizar talleres para afianzar la práctica de costumbres ancestrales, mantener su identidad cultural así como fortalecer su organización para generar mejoras en beneficio de todos, haciéndolos participe para brindar un servicio de calidad manteniendo la originalidad y autenticidad.

Tercera.- Continuar con las capacitaciones en técnicas de atención al turista en alojamientos rurales, en la preparación y manipulación de alimentos. También la implementación de nuevas actividades que hagan la estadía del turista una experiencia única e inolvidable.

Cuarta.- Que las entidades involucradas en coordinación con las autoridades de las islas promuevan e implementen el agua potable para todas las islas, ya sea con el sistema de filtración con la que actualmente cuentan algunas familias; de igual manera sólo algunas islas cuentan con baños secos, éstas se deberían implementar a todas las islas ya que son servicios básicos y no contaminar el lago.

BIBLIOGRAFÍA

- ABC, D. (10 de octubre de 2014). *IMPACTO*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki>
- Alarcón. (2012). *Administración Personal*. Perú: Universidad Alas Peruanas.
- Alfaro, D. (2012). *El turismo receptivo*. Perú: perueconomico S.A.
- Artesanías, E. F. (s.f.). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*.
- Barrera, E. (2003). *Manual de turismo rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales*. Editorial Promer.
- Bidwell. (2011). *El Impacto del Turismo en el Desarrollo del Valle del Colca*.
- Bosch, A. (2004). *Logística y turismo*. Edit. Ariel.
- Castells, M. (1998). *Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad*. 1º Editorial Lima.
- Cava, M. I. (2013). *Turismo Vivencial para la diversificación de la oferta en el distrito de Cuispes*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza Amazonas.
- Chacaltana, J. (2002). *El Turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo*.
- DeConceptos.com. (3 de octubre de 2014). Obtenido de deconceptos.com/ciencias-sociales/calidad-de-vida
- DefiniciónABC. (12 de octubre de 2014). Obtenido de www.definicionabc.com:www.definicionabc.com/social/tradicion.php
- Definiciones-de. (15 de octubre de 2014). Obtenido de www.definiciones-de.com:www.definiciones-de.com/Definicion/de/socioeconomico.php
- Díaz, L. C. (2009). *Introducción a la teoría del turismo*. Editor E.I.R.L.
- DIRCETUR. (2014). Puno.

- DIRCETUR. (21 de marzo de 2017). *www.dirceturpuno.gob.pe/*. Obtenido de *www.dirceturpuno.gob.pe/*
- Fregoso, S. C. (2012). *Centro de estudios jurídicos y ambientales*.
- García, A. L. (2001). *¿Qué es una nación?* La Paz Bolivia.
- Impacto sociocultural del turismo*. (26 de diciembre de 2016). Obtenido de *impactosocioculturaldelturismo.blogspot.com*
- León, A. D. (2011). *Impacto del turismo en Maras*. Urubamba-Cuzco.
- Lloret, M. d. (2007). *El turismo y su incidencia en el desarrollo local*. Edit. Eumend.
- Management, I. (12 de octubre de 2014). *Evaluación de la Rentabilidad e Impacto económico Generado por el Programa turismo Senior europa*. Obtenido de *www.europeseniortourism.eu/.../InformeEvaluacionProgramaTurismoSeniorEuropa*
- Mathieson, A. (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Editorial Trillas.
- MINCETUR. (2008). *Plan estratégico nacional de turismo*. Lima.
- MINCETUR. (08 de octubre de 2014). *Manual del emprendedor del turismo rural comunitario*. Obtenido de *www.mincetur.gob.pe > Turismo > Producto Turístico*
- MINCETUR. (2 de diciembre de 2015). *Conceptos fundamentales del turismo*. Obtenido de *www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/fit/fit/Guias/Amazonas.pdf*
- MPP turismo, s. d. (2016). *MPP-Sub Gremia de turismo*.
- OMT. (1998). *Introducción al turismo*. España.
- OTP. (03 de 01 de 2017). *OBSERVATORIO TURISTICO DEL PERU*. Obtenido de *http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/actipuno.pdf*
- PROMPERU. (2008). *Perfil del Turista Rural Comunitario*. Lima.
- Puno, C. d. (s.f.). *Arribos de turistas nacionales y extranjeros*. Puno.

- Puno, G. R. (2013). *Plan estratégico de desarrollo turístico de la Provincia de Puno al 2021*. Puno.
- Ramos, G. J. (2012). *Turismo étnico*.
- Salvador, L. A. (2006). *Tesis de investigación. La gestión del turismo en las islas flotantes de los Uros: Diagnóstico y Propuesta*. UNA- Puno.
- Socateli, M. (03 de febrero de 2017). *Intermark-consultores*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com>
- Soledad, P. R. (2 de octubre de 2014). *Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco*. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC059951.pdf>
- Suaña, J. C. (2008). *Tesis de investigación. Recopilación histórica y lineamientos del uso turístico de las islas flotantes de los Uros*. UNA-Puno.
- Tecnologica, U. N. (08 de noviembre de 2014). *Demanda, Oferta y Mercado turístico*. Obtenido de www.utntyh.com/alumnos/wp.../Demanda-Oferta-y-Mercado-Turístico-power.pdf
- Ticona, W. Q. (2010). *Tesis de investigación. El turismo rural y sus tendencias socioeconómicas en las comunidades circunlacustres de la Península de Chucuito Puno*. UNA-Puno.
- Torres, J. C. (2009). *Tesis de Investigación Incidencias Socioeconómicas del Turismo Rural en Ccotos*. UNA-Puno.
- Universidad Nacional Tecnológica. (6 de Noviembre de 2014). *DEMANDA TURISTICA*. Obtenido de www.utntyh.com: www.utntyh.com/alumnos/wp.../Demanda-oferta-y-mercado-turístico-Unidad-2.pdf
- Wikipedia. (14 de noviembre de 2014). *Asociativismo*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Asociativismo>
- Wikipedia. (10 de octubre de 2014). *Desarrollo social*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki>

Wikipedia. (8 de octubre de 2014). *Gastronomía*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Gastronomía>

wikipedia. (27 de 12 de 2016). *etnias urus*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Etnias_urus

Wikipedia. (23 de marzo de 2016). *Islas Flotantes de los Uros*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_flotantes_de_los_uros

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA**I. Introducción.**

Usted, es importante para nosotros, debido a que su valoración será muy útil para analizar la demanda turística y el impacto socioeconómico en la Isla de los Uros. Muchas gracias por su ayuda.

II. Aspecto social

Organizacional

1. a.1. La organización en las islas de los Uros?**(Marque con una "X" la opción elegida)**

Junta directiva y organización familiar.	
Organización familiar.	
Municipalidad de Uros-Chulluni y organización familiar.	

2. a.2. ¿Qué actividades realizan en dichas organizaciones?**(Marque con una "X" la opción elegida)**

Recojo de basura de las islas.	
Mantenimiento de las islas.	
Actividades para fortalecer los servicios turísticos.	
Organización de las fiestas costumbristas.	
Otras actividades.	

2. a. 3. ¿En qué se capacitaron para fortalecer su emprendimiento? (Marque con una "X" la opción elegida)

Cocina	
Artesanía	
Atención al turista	

2. a. 4. En el tiempo que lleva trabajando; ¿Cree que las agencias de viaje son buenos aliados para la oferta de su emprendimiento? (Marque con una "X" la opción)

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Neutro.	
Desacuerdo	

2. a. 5. ¿Los turistas llegan a su isla mediante? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Una agencia de viajes de Puno mediante el guía de turistas.	
Se contacta directamente vía internet con el emprendedor.	
Llegan solos.	

2. a. 6. ¿Cuáles son los medios de promoción que utiliza su emprendimiento? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Página Web	
Ferias de Turismo	
Amistades	

Salud y educación

2. b. 1. ¿Con qué servicios básicos cuenta su familia (Marque con una “X” la opción elegida)	
Panel solar.	
Panel solar y agua potable.	
Panel solar y baño.	
Agua potable.	
Baño.	

2. b. 2. ¿Cómo está acondicionada su cocina actualmente? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Cocina a gas.	
Cocina a fogón y gas.	

2. b. 3. ¿Qué insumos utiliza para su alimentación (Marque con una “X” la opción elegida)	
Usando productos de la zona.	
Otros.	

2. b. 4. ¿Cuál es el promedio de inversión mensual para los estudios de sus hijos? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Menor a S/.120.00	
Entre 121.00 a S/.200.00	
Entre 201.00 a S/.320.00	
Mayor a S/. 321.00	

**2. b. 5. ¿Qué carrera optan por estudiar los hijos de los pobladores de las islas?
(Marque con una “X” la opción elegida)**

Turismo.	
Contabilidad.	
Administración.	
Ingeniería.	
Otros.	

Aspectos socio culturales

**2. c. 1. ¿Qué cambios importantes se han producido en su vida?
(Marque con una “X” la opción elegida)**

Sus hijos salen a estudiar a la ciudad.	
La economía ha mejorado considerablemente.	
Tienen visión empresarial.	
Tienen mejores ideas para mejorar sus emprendimientos.	
La vida se ha vuelto más fácil.	

**2. c. 2. ¿Qué actividades realizan para conservar su cultura?
(Marque con una “X” la opción elegida)**

Practican sus costumbres ancestrales.	
Mantienen la lengua aymara.	
Mantienen la vestimenta tradicional.	
Mantienen la lengua aymara y su vestimenta tradicional.	

**2. c. 3. ¿Cómo es el comportamiento de los pobladores de la Isla hacia el turista?
(Marque con una “X” la opción elegida)**

Amable	
Hospitalario	
Servicial	
Atenta	

2. c. 4. ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su emprendimiento? (Marque con una “X” la opción elegida)

Mates con hierbas de la zona.	
Canciones.	
Música y baile.	

2. c. 5. La migración de los hijos de los pobladores de los Uros por la actividad del turismo: (Marque con una “X” la opción elegida)	
Ha disminuido	
Ha aumentado	
Sigue igual	

2. c. 6. ¿El turismo provoca la pérdida de la identidad cultural? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Sí, definitivamente.	
No afecta en nada.	
Al contrario hace que valoremos más las tradiciones y costumbres de los Uros.	

2. c. 7. ¿El turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Sí, Definitivamente	
Regular	
Casi nada	

III. Aspecto económico:

Ingresos y empleo:

3. 1. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos para su familia? (Marque con una “X” la opción elegida)	
La venta de artesanía.	
La venta de gastronomía local.	
Hospedaje rural.	
Transporte acuático.	
Pesca.	

3. 2. ¿Su emprendimiento cuenta con lo necesario para brindar una buena atención al cliente? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Contamos con lo necesario.	
Creo que nos falta adecuar más.	

3. 3. ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Menor a S/. 700.00	
Entre S/. 701.00 a S/.1200.00	

3. 4. ¿Con qué bienes cuenta su familia? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Bote a motor, televisión, celular y lancha de totora.	
Bote a motor, televisión, celular.	
Bote a motor, celular.	
Bote a remo.	

3. 5. ¿El turismo produce aumento en la comercialización de bienes y servicios? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Mucho	
Poco	

3. 6. ¿El turismo ha hecho que suban los precios en la Isla y que se incremente el costo de vida? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Mucho	
Poco	

3. 7. ¿La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Sí, definitivamente.	
Regular	

ANEXO B: CUADROS DE FRECUENCIA

II. Aspecto social

Organizacional

2. a.1. ¿Cómo es la organización en las islas de los Uros?	Frecuencia
Junta directiva y organización familiar.	12
Organización familiar.	34
Municipalidad de Uros-Chulluni y organización familiar.	4

2. a.2. ¿Qué actividades realizan en dichas organizaciones?	Frecuencia
Limpieza y recojo de basura de las islas.	16
Mantenimiento de las islas.	18
Actividades para fortalecer los servicios turísticos.	7
Organización de las fiestas costumbristas.	6
Otras actividades.	3

2. a.3. ¿En qué se capacitaron para fortalecer su emprendimiento?	Frecuencia
Cocina.	5
Artesanía.	39
Atención al turista.	6

2. a.4. En el tiempo que lleva trabajando; ¿Cree que las agencias de viaje son buenos aliados para la oferta de su emprendimiento?	Frecuencia
Muy de acuerdo.	14
De acuerdo	25
Neutro.	5
Desacuerdo.	6

2. a.5. ¿Cómo llegan los turistas a visitar su isla?	Frecuencia
Los trae una agencia de viajes de Puno mediante el guía de turistas.	33
Se contacta directamente vía internet con el emprendedor.	8
Llegan solos.	9

2. a.6. ¿Cuáles son los medios de promoción que utiliza su emprendimiento?	Frecuencia
Página web	5
Ferias de turismo.	4
Amistades.	41

Salud y educación

2. b.1. ¿Con qué servicios cuenta su familia?	Frecuencia
Panel solar.	32
Panel solar y agua potable.	9
Panel solar y baño	4
Agua potable.	3
Baño.	2

2. b.2. ¿Cómo está acondicionada su cocina?	Frecuencia
Cocina a gas.	21
Cocina a fogón y gas.	29

2. b.3. ¿Qué insumos utiliza para su alimentación?	Frecuencia
Productos de la zona.	12
Otros.	38

2. b.4. ¿Cuál es el promedio de inversión mensual para los estudios de sus hijos?	Frecuencia
Menor a S/. 120.00	18
Entre 121.00 a S/.200.00	19
Entre 201.00 a S/.320.00	8
Mayor a S/.321.00	5

2. b.5. ¿Qué carrera optan por estudiar sus hijos?	Frecuencia
Turismo.	24
Contabilidad.	7
Administración.	5
Otros.	14

Aspectos socioculturales

2. c.1. ¿Qué cambios importantes se han producido en su vida?	Frecuencia
Sus hijos salen a estudiar a la ciudad.	11
La economía ha mejorado considerablemente.	10
Tienen visión empresarial.	13
Tienen mejores ideas para mejorar sus emprendimientos.	7
La vida se ha vuelto más fácil.	9

2. c.2. ¿Qué actividades realizan para conservar su cultura?	Frecuencia
Practican sus costumbres ancestrales.	10
Mantienen la lengua aymara.	31
Mantienen la vestimenta tradicional.	4
Mantienen la lengua aymara y su vestimenta tradicional.	5

2. c.3. ¿Cómo es el comportamiento de los pobladores de la isla hacia el turista?	Frecuencia
Amable	32
Hospitalario.	8
Servicial.	6
Atenta.	4

2. c.4. ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su emprendimiento?	Frecuencia
Mates con hierbas de la zona.	5
Canciones.	37
Música y baile.	8

2. c.5. La migración de los hijos de los pobladores de las islas de los Uros por la actividad del turismo:	Frecuencia
Ha disminuido.	29
Ha aumentado.	6
Sigue igual.	15

2. c.6. ¿El turismo provoca la pérdida de la identidad cultural?	Frecuencia
Sí, definitivamente.	5
No afecta en nada.	9
Al contrario hace que valoremos más las tradiciones y costumbres de los Uros.	36

2. c.7. ¿El turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades?	Frecuencia
Sí, definitivamente.	25
Regular.	13
Casi nada.	12

Aspecto económico

Ingresos y empleo:

3.1. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos para su familia?	Frecuencia
La venta de artesanía.	33
La venta de gastronomía local.	5
Hospedaje rural	2
Transporte acuático.	6
Pesca.	4

3.2. ¿Su emprendimiento cuenta con lo necesario para brindar una buena atención al cliente?	Frecuencia
Contamos con lo necesario.	31
Creo que nos falta adecuar más.	19

3.3. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?	Frecuencia
Menor a S/. 700.00	40
Entre S/. 701.00 a S/. 1200.00	10

3.4. ¿Con qué bienes cuenta su familia?	Frecuencia
Bote a motor, televisión, celular y lancha de totora.	27
Bote a motor, televisión y celular.	13
Bote a motor y celular.	7
Bote a remo.	3

3.5. ¿El turismo produce aumento en la comercialización de bienes y servicios?	Frecuencia
Mucho.	34
Poco.	16

3.6. ¿El turismo ha hecho que suban los precios en la isla y que se incremente el costo de vida?	Frecuencia
Mucho.	42
Poco.	8

3.7. ¿La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores?	Frecuencia
Sí, definitivamente.	36
Regular.	14

ANEXO C: IMÁGENES.



Figura 14. Vista del comedor.
Por F. Justo. 2016



Figura 15. Vista de los emprendedores llenando las encuestas en el taller.
Por F. Justo. 2016



Figura 16. Vista de los emprendedores en el taller.
Por F. Justo. 2016



Figura 17. Vista de los quillis para la construcción de la isla.
Por F. Justo. 2016



Figura 18. Vista de la isla en miniatura.
Por F. Justo. 2016



Figura 19. Vista de un recolector de basura flotante.
Por F. Justo. 2016