



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

### THE TOURIST DEMAND AND THE SOCIOECONOMIC IMPACT ON THE ISLAND OF LOS UROS 2015-2016

Francisca Justo Clavitea  
Universidad Nacional del Altiplano - Puno  
E-mail: helenyjusto777@hotmail.com

#### RESUMEN

La demanda turística y el impacto socioeconómico en las islas de los Uros 2015 -2016, tiene por objetivo determinar el impacto de la demanda turística en el aspecto socioeconómico en las islas de los Uros, la metodología que se utilizó 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 debido a que su nivel de ingreso mensual ha incrementado notablemente en los últimos años lo que les permite elevar su calidad de vida en cuanto a educación, salud y alimentación se refiere. También 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, siendo un lugar de visita obligado por el interés que generan las islas flotantes en el Lago más alto del mundo.

Palabras clave: calidad de vida, impacto socioeconómico, turismo.

#### ABSTRACT

The tourist demand and the socioeconomic impact in the Uros Islands 2015 -2016, has as objective to determine the impact of the tourist demand in the socioeconomic aspect in the Uros Islands, the methodology that was used is descriptive and non-design experimental, 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 due to the fact that their monthly income level has increased remarkably in recent years, which allows them to raise their quality of life in terms of education, health and nutrition. Also in the social and cultural aspect the impact is positive, awakening the interest to conserve and revalue their customs and traditions, thus making this activity sustainable over time. On the other hand, from the point of view of demand, 96% of the total number of tourists visiting the native communities of Puno visit the Uros Islands, being a place to visit due to the interest generated by the floating islands in the Tallest lake in the world.

**Key words:** quality of life, socioeconomic impact, tourism.

## INTRODUCCIÓN

Los modelos de gestión aplicados en las Islas de los Uros se han orientado a que los pobladores busquen beneficiarse personalmente, mas no buscan el trabajo integral para toda la comunidad (Salvador, 2006) , así la estructura organizativa resulta inadecuada por su falta de eficiencia para dinamizar la actividad turística en las islas (Suaña, 2008); ya que la población debe sentirse partícipe del desarrollo del turismo (Romano, n.d.). por lo tanto cabe conocer las incidencias socioeconómicas del desarrollo del turismo rural en las comunidades circunlacustres (Ticona, 2010); cómo funciona esta actividad a favor de su conservación y rescate de sus valores; (INRENA, n.d.) cómo en base a la demanda turística quienes desean, pueden y están dispuestos a disfrutar del atractivo turístico (Madrazo & Lourdes, 2003). Y potencial que tiene el atractivo turístico de las islas de los Uros es reconocido por los turistas nacionales y extranjeros como uno los mejores que posee Puno (Velásquez, 2007).

El turismo es un fenómeno multifacético con sus elementos básicos: dinámico, estático y consecencial(Mathienson, n.d.) y es en este último elemento que observamos la variedad de repercusiones que el turismo genera(Virtual & Tic, 2002). Afectando a la comunidad anfitriona en la interacción producida en el momento de la visita(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2008)

El turismo como una actividad socioeconómica (Quiroga & García, 2011), genera un impacto en el aspecto económico, ya que obtienen un incremento en sus ingresos económicos (Torres, 2009), a partir de la generación de empleos directos generados por la actividad turística(Trabajo-, 2010); con el concepto de empresa comunal familiar (Paredes & Natalia, 2014) así el turismo es una actividad generadora de empleos directos, indirectos e inducidos(Viii, Turística, Organización, & Omt, 2009). Lo cual también genera algunas desventajas

como el desplazamiento de la mano de obra agrícola para el turismo(Tinoco, 2003)

La influencia del turismo rural en el aspecto social (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2008) se basa en el intercambio cultural como resultado de la actividad turística, de tal modo que la comunidad visitada no adopte para sí los estereotipos o actitudes de los visitantes (*Romano, n.d.*) pero por otro lado también les ayude a la revalorar su cultura e identidad, (Romano, n.d.) como la difusión de la música local(Tinoco, 2003) y hasta incrementar el número de personas que aprenden otros idiomas. (Tinoco, 2003) Cabe destacar que el turismo de masas no permite la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes (“Impacto sociocultural del turismo en Ecuador,.” 2013). En general la actividad turística genera cambios positivos como el mejoramiento de la calidad de vida y el mejoramiento de la organización comunal(Paredes & Natalia, 2014)

## II. MATERIALES Y MÉTODOS

Las Islas Flotantes de los Uros 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.

Para el presente estudio de investigación se ha determinado como población de estudio a las 272 familias identificadas. Para la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

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

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

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

$$n_0 = 50.29$$

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

Los materiales que se utilizó para el estudio son: encuestas impresas, material de imágenes e interpretación, equipo de fotografía y filmación.

La metodología que se utilizó es de tipo descriptivo y diseño no experimental, enfoque cuantitativo.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En un análisis de la demanda turística, realizada por

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

Años	2015	2016
<b>Nacionales</b>	187932	119662
<b>Extranjeros</b>	269333	157900
<b>Total</b>	457265	277562

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

MESES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Nacionales</b>	1129	1112	1611	762	536	333	1198	822	211	374	452	359
<b>Extranjeros</b>	1606	2129	1927	1684	1908	1746	2151	1795	1240	1385	1726	948
<b>Totales</b>	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.

la Municipalidad Provincial de Puno el año 2016, se tiene los siguientes datos.

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.

Arribo de turistas nacionales y extranjeros a las islas de los Uros Puno 2015-2016

Años	2015	2016
<b>Nacionales</b>	31195	8899
<b>Extranjeros</b>	111687	20245
<b>Total</b>	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.

### 3.2. Análisis socioeconómico.

A continuación analizaremos los datos obtenidos mediante las encuestas que se han realizado a los emprendedores de las islas de los Uros, las cuales se aplicaron a 50 familias según la muestra obtenida. Para el desarrollo de los objetivos de la investigación realizamos primero el análisis del

impacto social y luego el análisis del impacto económico.

### Análisis del impacto social

#### Aspecto organizacional

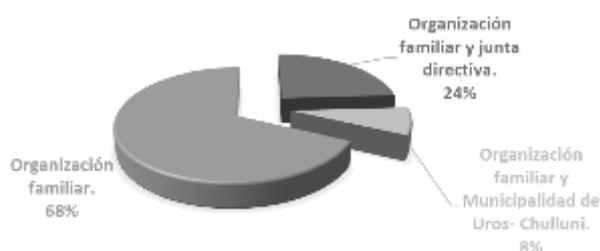


Figura 1. Organización de los emprendedores en las islas de los Uros

Según la figura, 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, 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 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 vean la manera de formalizarse.



Figura 2. Actividades que realizan en dichas organizaciones.

Según la figura, el 36% de los encuestados indica que en dichas organizaciones realizan el mantenimiento de las islas, lo cual es de suma importancia para conservar las islas en buen estado; mientras que el 32% indica que en dichas organizaciones realizan la limpieza y 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. Así deducimos que la actividad turística hace que los emprendedores se organicen para vivir adecuadamente revalorando sus costumbres y tradiciones además de brindar un buen servicio a los turistas.

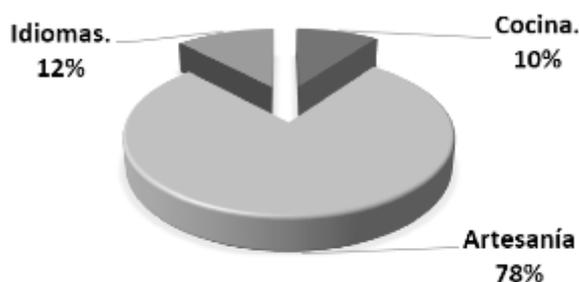


Figura 3. Áreas en las que se capacitaron los emprendedores de las islas de los Uros.

El 78% de los encuestados respondió que se capacitaron en la especialidad de artesanía debido a que es su principal fuente de ingreso ya que estas familias no ofrecen hospedaje ni alimentación, un 12% se capacitó en el área de idiomas para tener una mejor comunicación con el turista, ellos manifiestan que la Municipalidad de uros Chulluni trae a dichos capacitadores y finalmente un 10% de los encuestados manifestó que se capacitaron en la especialidad de cocina, esto para atender con calidad y eficiencia las reservas de desayuno o almuerzo que requieran los turistas; estas son familias que tienen su restaurante y se dedican exclusivamente a esa actividad; 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.

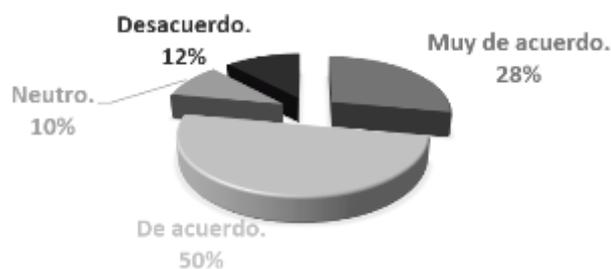


Figura 4. Alianza de los emprendedores de las islas de los Uros con las agencias de viajes.

El 50% de los encuestados afirma que están de acuerdo con la alianza que se tiene con las agencias de viajes debido a que son buenos aliados para sus emprendimientos por la dinamización de la visita y generación económica, un 28% manifestó que estaban muy de acuerdo y que era de suma importancia tener como aliados a las agencias de viajes y tenerlos como socios estratégicos, un 12% manifestó 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, sin embargo en 10% tuvo una opinión neutra, ellos consideran que les es indiferente ya que de cualquier modo llegaron los turistas a visitarlos.

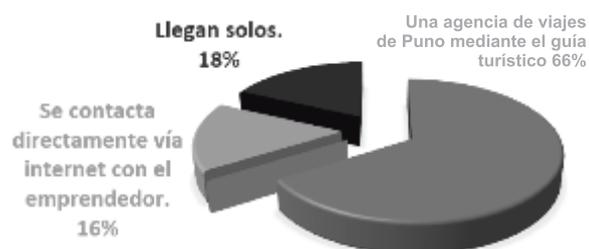


Figura 5. Forma de contacto para llegar a su isla.

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.

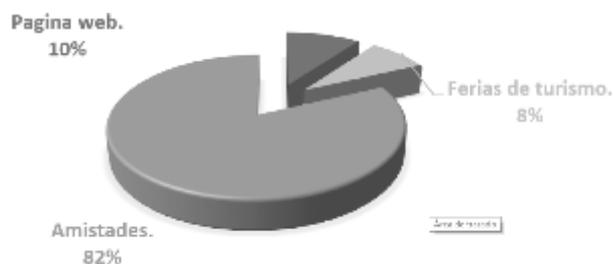


Figura 6. Medios de promoción que utiliza su emprendimiento.

De la figura 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, esto debido a que no todos los emprendedores tienen la oportunidad de viajar a las ferias de turismo. Se deduce que aún la mayoría de los emprendedores siguen utilizando el sistema habitual y esperando a que lleguen los turistas.

#### Salud y educación.

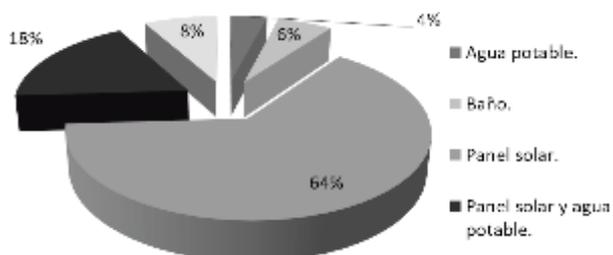


Figura 7. Servicios básicos con que cuentan los emprendedores de las islas de los Uros.

De la figura 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, 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, con un porcentaje mínimo del 6% manifiestan que sólo tienen baño, recientemente algunas islas se están implementando con este servicio de baños ecológicos como los baños secos, finalmente un 4% indica que sólo tienen agua potable, este servicio se da mediante un sistema de filtros que tiene cada isla para obtener agua potable.

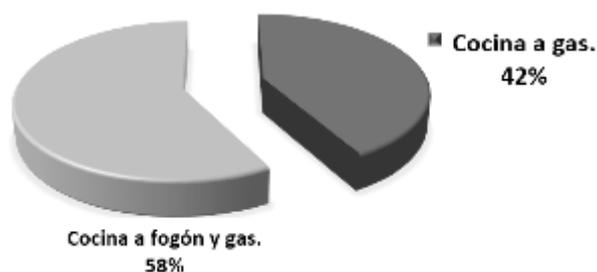


Figura 8. Tipo de cocina que utilizan los emprendedores de las islas de los Uros.

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.

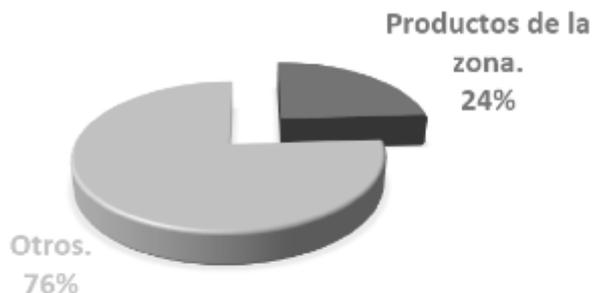


Figura 9. Insumos que utilizan para su alimentación los emprendedores de las islas de los Uros.

Se denota 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.

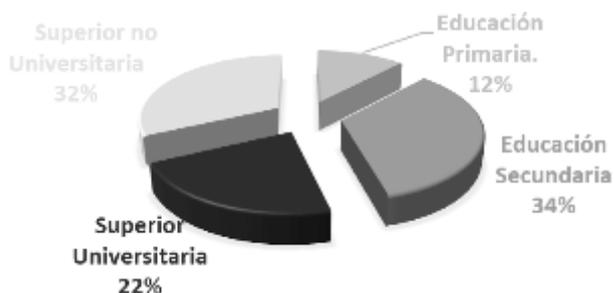
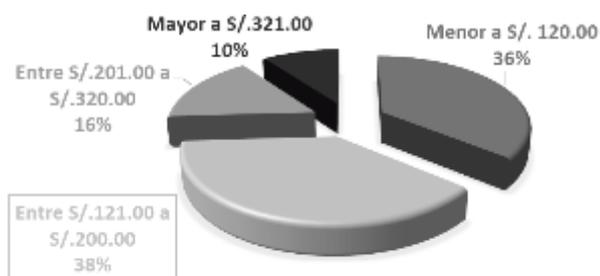


Figura 10. Grado de instrucción de los emprendedores de las islas de los Uros.

Respecto al 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 de Puno;



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.

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

De la figura podemos precisar 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.

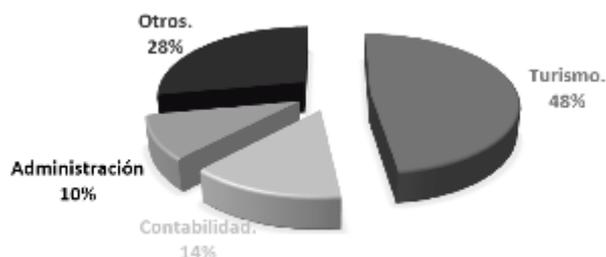


Figura 12. Carreras profesionales con mayor demanda por parte de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros.

De la figura 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.

#### Aspectos socioculturales.

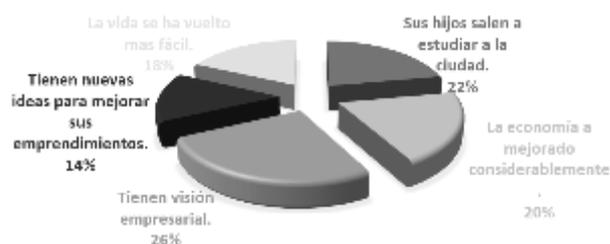


Figura 13. Cambios importantes en la vida de los emprendedores de las islas de los Uros.

Tal como se muestra en la figura, 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.



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

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 lo valoren más.

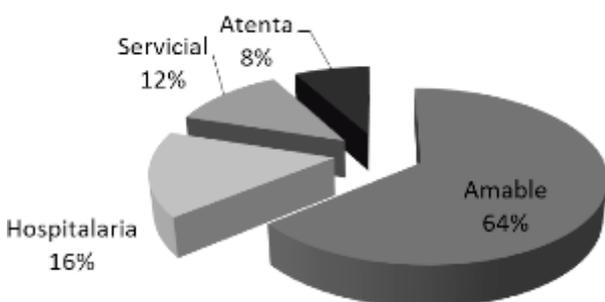


Figura 15. Los pobladores de las islas de los Uros y su comportamiento hacia el turista.



Por otro lado el 64% 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.

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

Tal como se muestra en la figura, 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.

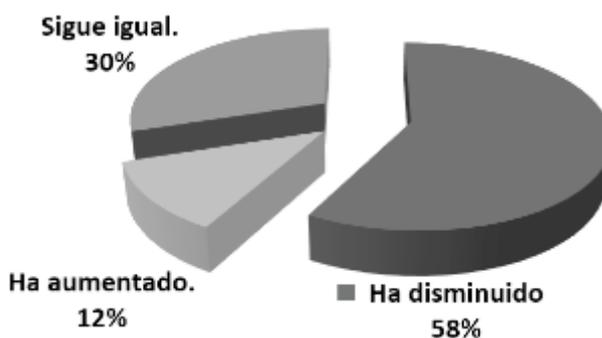


Figura 17. Migración de los hijos de los emprendedores de las islas de los Uros por la actividad turística.

En la figura 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.

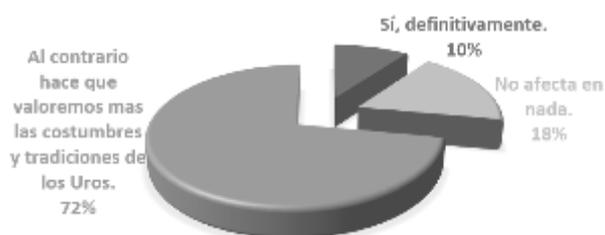


Figura 18. Se pierde la identidad cultural por la actividad turística.

Según se muestra en la figura 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.

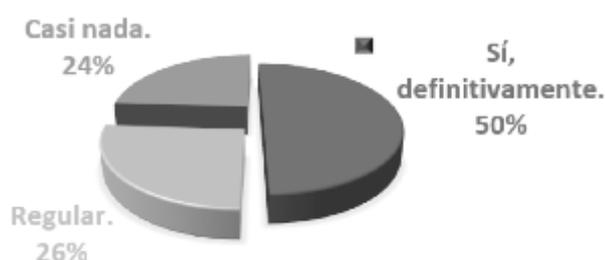


Figura 19. El turismo disminuye las desigualdades sociales al producir aumento de oportunidades

El 50% de los encuestados manifestó que, 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.

### Análisis del impacto económico.

Ingresos y empleo

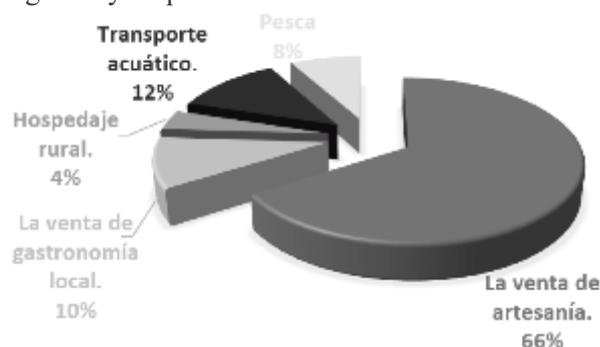


Figura 20. La principal fuente de ingresos para la familia emprendedora de las islas de los Uros.

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 de distritos como Laraqueri y otros desde Juli, 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.



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

En la figura 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.

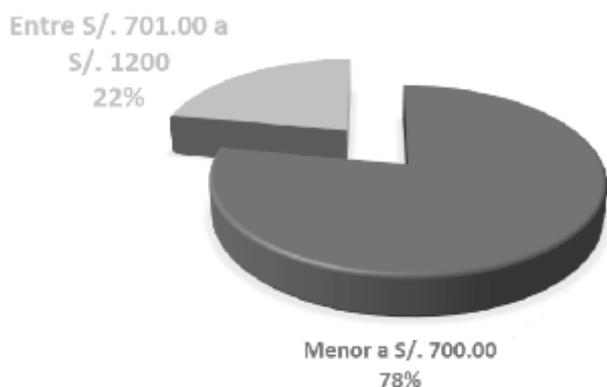


Figura 22. Ingreso mensual de los emprendedores de las islas de los Uros.

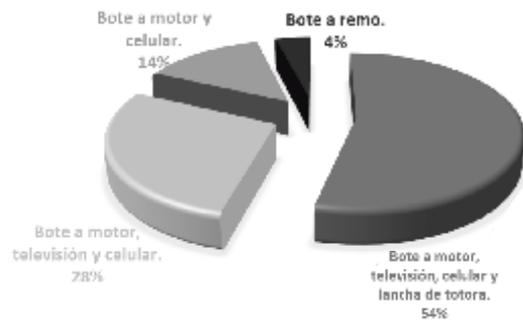


Figura 23. Bienes con que cuentan las familias emprendedoras de las islas de los Uros.

Tal como muestra la figura, 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

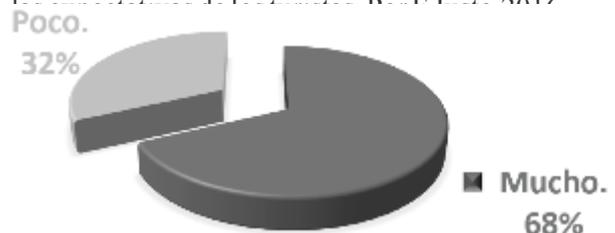


Figura 24. El turismo produce aumento en la comercialización de bienes y servicios.

En la figura se indaga 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.

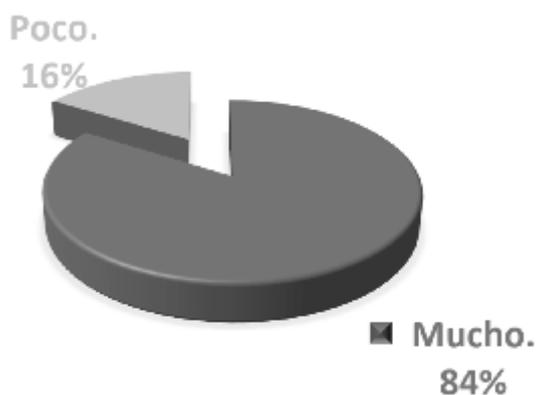


Figura 25. El turismo ha hecho que suban los precios en las islas y que se incremente el costo de vida.

Tal como se muestra la figura, 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.

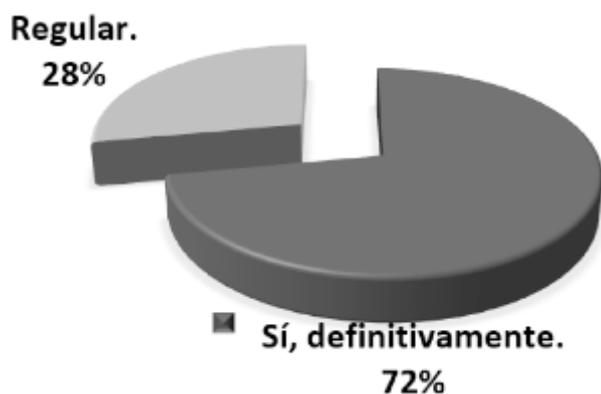


Figura 26. La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores.

Tal como se muestra en la figura, 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.

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 en cuanto a ingresos se trata 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.

## CONCLUSIONES

La demanda turística en las islas de los Uros ha sido favorable para los emprendedores, es así que para el periodo 2009-2013, tenemos un pico de 62 mil 405 turistas entre nacionales y extranjeros en el año 2011, además 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 4 mil 266 a comparación de julio con 5 mil 745 turistas, siendo mínima la diferencia.

El análisis del impacto social por la actividad turística en las islas de los Uros, nos muestra una organización familiar guiada por una junta directiva y la Municipalidad de Uros Chulluni, todos ellos

realizan diversas actividades para el mantenimiento, limpieza, capacitaciones y el buen vivir en las islas, 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. Por otra parte en cuanto a la educación sus aspiraciones han evolucionado es así que 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 manteniendo la lengua aymara como manifiesta el 62% de la población, así como manteniendo la vestimenta tradicional y sus costumbres ancestrales.

En el análisis del impacto económico por la actividad turística en las islas de los Uros, se observó que el turismo genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores, así como el incremento de sus ingresos económicos.

Así mismo 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.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Impacto sociocultural del turismo en Ecuador. (2013).  
 INRENA. (n.d.). Plan de uso turístico de la rnt cedas.  
 Madrazo, R., & Lourdes, M. (2003). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, XV(1), 1–8. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181517987002>

Mathienson, A. (n.d.). turismo: *Repercusiones económicas, físicas y sociales*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). Turismo Rural Comunitario. *Sodepaz*, 8.

Paredes, B., & Natalia, K. (2014). SOCIOECONOMIC AND ECOLOGICAL BENEFITS OF TOURISM IN THE AMANTANI-PREU ISLAND - 2013.

Quiroga, F., & García, M. (2011). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: El estudio de caso de la provincia de Ávila. *Revista Electrónica de Medioambiente*, 11(January), 1–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17506200710779521>

Romano, P. S. (n.d.). Tesis: “Impactos Socioculturales del Turismo en San Antonio de Areco.”

Salvador, L. (UNA-P. (2006). *La gestión del turismo en las islas flotantes de los Uros: Diagnóstico y Propuesta*. Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Suaña, J. C. (2008). *Recopilación histórica y lineamientos del uso turístico de las islas flotantes de los Uros*. Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Ticona, W. (2010). *El turismo rural y sus tendencias socioeconómicas en las comunidades circunlacustres de la Península de Chucuito Puno*. Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú.

Torres, J. C. (2009). *Tesis de Investigación Incidencias Socioeconómicas del Turismo Rural en Ccotos*. Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Trabajo-, D. D. E. (2010). Rentabilidad E, 1–65.

Velasquez, O. (2007). Universidad nacional del altiplano, 1–190.

Viii, U., Turística, P., Organización, L., & Omt, T. (2009). Definición de Política Turística Objetivos de la Política Turística, 1–6.

Virtual, C., & Tic, L. (2002). Material didáctico, 12–13.