



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



LA DEMANDA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL ASPECTO SOCIOECONOMICO DE LA POBLACIÓN DE LA ISLA AMANTANI 2019

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. CECILIA LUICHO MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2022



DEDICATORIA

A Dios por manifestar muchas veces su presencia y con ello darme impulso para salir delante de cada obstáculo, por guiarme en todo momento, suceso y brindarme motivos para seguir adelante y por poner en mi camino a muchas personas que han sido mi sustento y compañía durante todo el tiempo de mi formación académica.

A mis queridos padres Martín y Eulogia también a mis hermanos por ser el sustento fundamental en todo lo que soy, mi educación, tanto académica, como propia y por su absoluto apoyo incomparable mantenido a través de todo este tiempo.

Cecilia Luicho Mamani.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional del Altiplano, en especial a la Escuela Profesional de Turismo. Por ser el alma mater de la educación y a los docentes por haber compartido sus conocimientos durante el proceso de mi formación profesional en las aulas universitarias, por quienes guardo respeto y amistad.

A La Isla Amantani, a los pobladores que residen dentro de ella porque de alguna forma colaboraron con el presente trabajo y la valiosa información que me brindaron para culminar el presente trabajo de investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

INDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 11

ABSTRACT 12

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: 14

1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:..... 16

1.2.1 Problema general:..... 16

1.2.2 Problemas específicos: 16

1.3 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION 17

1.3.1 Hipótesis general: 17

1.3.2 Hipótesis específicas: 17

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION 17

1.4.1 Objetivo general: 17

1.4.2 Objetivos específicos: 17

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION 18

2.1.1 A nivel internacional: 18

2.1.2 A nivel nacional 19

2.1.3 A nivel local. 20

2.2 MARCO TEORICO..... 22

2.2.1 Turismo 22



2.2.2	Turismo vivencial.....	22
2.2.3	Turismo rural comunitario	23
2.2.4	Demanda turística.....	23
2.2.4.1	Categorización de la demanda turística	25
2.2.4.2	La demanda y las formas de turismo	25
2.2.4.3	Factores determinantes de la demanda turística	26
2.2.4.4	Tipos de demanda turística	28
2.2.5	Perfil del turista	29
2.2.6	Factores de la oferta turística	31
2.2.7	Impacto socioeconómico turístico.....	33
2.2.7.1	Impacto económico.....	34
2.2.7.2	Impacto social – cultural turístico.....	35
2.2.8	Desarrollo socioeconómico turístico.....	39

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	42
3.2	TIPO DE LA INVESTIGACION	42
3.3	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION	42
3.4	POBLACION Y MUESTRA	43
3.5	PROCEDIMIENTO:.....	44
3.6	UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA INVESTIGACION	45

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	ANÁLISIS DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA.....	46
4.2	ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO	48
4.2.1	Análisis del impacto social.....	48
4.2.1.1	Aspecto organizacional.....	48
4.2.1.2	Salud y educación.....	55
4.2.1.3	Aspectos socioculturales.....	61
4.2.2	ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA EN EL ASPECTO ECONÓMICO. 66	
4.2.2.1	ingresos y empleo	66



4.3 PROPUESTA ESTRATEGICO PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA POBLACIÓN DE LA ISLA AMANTANI.....	73
4.4 EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS SOCIOECONÓMICOS DEL TURISMO EN LA ISLA AMANTANI.....	77
V. CONCLUSIONES	79
VI. RECOMENDACIONES	81
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	82
ANEXOS	86

Área : Ciencias Sociales.

Tema : Desarrollo Turístico Regional.

Fecha de sustentación: 13 de Enero de 2022



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica de la zona de estudio.	45
Figura 2 Organización de la Isla Amantani.	48
Figura 3 Actividades que realizan las organizaciones de la Isla Amantani.....	49
Figura 4 Capacitaciones en la Isla Amantani en temas relacionados en turismo	50
Figura 5 Las agencias de viajes como aliados para la oferta de turismo.....	51
Figura 6 Forma de contacto para llegar a la Isla Amantani.....	52
Figura 7 Uso de páginas web como estrategia de promoción los servicios en Amantani	53
Figura 8 Servicios que poseen en la isla Amantani	54
Figura 9 Acondicionamiento de las cocinas en la isla Amantani	55
Figura 10 Insumos empleados para la elaboración de sus alimentos	56
Figura 11 Decisión de hijos en la elección del lugar de estudio.....	57
Figura 12 Grado de instrucción de los pobladores de la Isla Amantani	58
Figura 13 Promedio mensual de inversión en la educación de sus hijos.....	59
Figura 14 Decisión en estudiar la carrera de turismo por parte de los hijos.....	60
Figura 15 Actividades realizadas para mantener la cultura	61
Figura 16 Forma de recepción al turista en los emprendimientos	62
Figura 17 Comportamiento del poblador frente al turista	63
Figura 18 El turismo y la pérdida de identidad.....	64
Figura 19 Migración de los hijos de los pobladores	65
Figura 20 Turismo como principal fuente de ingresos económicos	66
Figura 21 Servicios básicos para la atención de visitantes en los emprendimientos.....	67
Figura 22 Ingreso promedio de los pobladores en la Isla Amantani	68
Figura 23 Bienes que cuenta la familia.....	69



Figura 24 Empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores de la actividad turística.....	70
Figura 25 El turismo y la incidencia en los precios y costo de vida.....	71
Figura 26 El turismo y la comercialización de bienes y servicios.....	72
Figura 27 Recolección de datos en la Isla Amantani.....	93
Figura 28 Distribución de las encuestas estructuradas	93
Figura 29 Vista de la Isla Amantani	94
Figura 30 Emprendimiento de la Isla Amantani	94
Figura 31 Vista del mirador de la Isla de Amantani	95
Figura 32 Vista de los caminos de la Isla Amantani	95



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Arribo de turistas visitantes a la Isla Amantani en el periodo 2018 - 2019.....	46
Tabla 2 Arribo de turistas visitantes a Puno en el periodo 2018 - 2019	47
Tabla 3 Observaciones y Parámetros aplicados para la evaluación de incidencias sociales del turismo en la isla Amantani	77
Tabla 4 Observaciones y Parámetros aplicados para la evaluación de la incidencia económica del turismo en la isla Amantani.....	78



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

DIRCETUR	: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.
MINCETUR	: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
PROMPERU	: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.
CANATUR	: Cámara Nacional de Turismo.
OMT	: Organización Mundial del Turismo.
INEI	: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
INC	: Instituto Nacional de Cultura.
TRC	: Turismo Rural Comunitario.
ONU	: Organización de las Naciones Unidas.



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo general, determinar la incidencia de la demanda turística en el aspecto socioeconómico de la población de la isla de Amantani en el año 2019, así como también, conocer y señalar la influencia de la afluencia turística en el aspecto económico y social; en precisión a las actividades del turismo rural comunitario, realizadas por los pobladores del lugar investigado. La metodología empleada en la investigación cualitativa de tipo descriptivo no experimental, de diseño explicativo; para la recolección de datos se usó la técnica de encuesta mediante un cuestionario estructurado y entrevistas, para que los pobladores indiquen sus valores acerca del tema investigado y para el análisis estadístico, se empleó el programa EXCEL. Aplicado a una muestra de 183 pobladores, con un nivel de confianza del 95%. Los resultados indican que las incidencias de la demanda turística en Amantani influyen positiva y negativamente en el desarrollo de diferentes campos de la vida cotidiana social como también económica personal y colectiva como sociedad; es por ello que se evidencia que, el 49% de los encuestados considera como buenos aliados a las agencias de viajes y turismo, por otra parte, el 45% de las visitas recibidas son a través de una agencia de viajes física de Puno. En la educación la incidencia hace que los padres invierten cada vez más en el estudio de sus hijos donde el 72% optan por estudiar turismo por estar relacionada con el rubro empresarial, el 40% indica que existe cada vez menos migración en la población. Además, el 43% de la población conservan su cultura y tradiciones; todo ello incidiendo positivamente en el arribo de turistas; finalmente se concluye que la isla Amantani requiere de nuevas e innovadoras estrategias para el crecimiento económico y conservación de aspectos sociales de la isla.

Palabras Clave: Demanda turística, social, económico, actividad turística.



ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine the incidence of tourist demand in the socioeconomic aspect of the population of the island of Amantani in 2019, as well as to know and point out the influence of the tourist influx in the aspect economic and social; in precision to the activities of the community rural tourism, carried out by the inhabitants of the investigated place. The methodology used in qualitative research of a descriptive non-experimental type, of explanatory design; For data collection, the survey technique was used by means of a structured questionnaire and interviews, for the inhabitants to indicate their values about the investigated topic and for the statistical analysis, the EXCEL program was used. Applied to a sample of 183 residents, with a 95% confidence level. The results indicate that the incidences of the tourist demand in Amantani positively and negatively influence the development of different fields of daily social life as well as personal and collective economic life as a society; That is why it is evident that 49% of those surveyed consider travel and tourism agencies as good allies, on the other hand, 45% of the visits received are through a physical travel agency in Puno. In education, the incidence makes parents invest more and more in the study of their children, where 72% choose to study tourism because it is related to the business sector, 40% indicate that there is less and less migration in the population. In addition, 43% of the population preserve their culture and traditions; all this having a positive effect on the arrival of tourists; Finally, it is concluded that Amantani Island requires new and innovative strategies for economic growth and conservation of social aspects of the island.

Key Words: Tourist demand, social, economic, tourist activity.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

La Isla Amantani, ubicada en el lago Titicaca de la región de Puno, es uno de los destinos turísticos más importantes del sur del Perú, por lo que continúan llegando turistas nacionales y extranjeros durante todo el año. El sitio ofrece servicios de alojamiento rural, alimentación y otras actividades complementarias (pesca, siembra y recolección de alimentos) y diversas tradiciones culturales.

El encuentro entre turistas y destinatarios de diferentes orígenes culturales ha producido cambios e influencias en los aspectos sociales, culturales y económicos. Por un lado, es una oportunidad económica para crear oportunidades de empleo y permitir que todos participen en el trabajo y obtengan mayores ingresos; en consecuencia, a ello mejorar su calidad de vida; por otro lado, se fusionan diferentes culturas, hábitos y costumbres muy diferentes, lo que afecta a la parte social de los anfitriones locales.

Algunos autores como Figuerola (2000), afirman que, la demanda turística es “la valoración de los requerimientos de bienes y servicios que los viajeros realizan durante el desplazamiento, es decir, en términos del gasto realizado”; con todo lo anterior dicho y adecuando las diferentes investigaciones y teorías realizadas al contexto de la presente investigación se puede indicar que la demanda turística en la isla de Amantani es un factor crucial en el fortalecimiento de la economía de las familias emprendedoras, donde se muestra el impacto socioeconómico producto de las actividades turísticas sobre los empresarios de la Isla Amantani, lo que conduce a una mejor calidad de vida en materia de salud y educación, así como a la apreciación de sus costumbres y tradiciones. Por otro lado, en términos económicos, la actividad turística ha permitido y permite generar



ingresos y crear empleos de manera integral. De esta forma analizamos la influencia de la demanda turística sobre el aspecto socioeconómico de la actividad turística en la isla Amantani.

Son objetivos de la presente investigación: de manera general; determinar la incidencia de la demanda turística en el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani en el año 2019.

Y de manera específica: Conocer cómo influye la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani, determinar la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani. Y finalmente proponer estrategias que se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani.

Poder de esta forma resolver los siguientes problemas de la investigación: De forma general; ¿Cómo incide la demanda turística en el aspecto socioeconómico de la población de la isla de Amantani en el año 2019?, y específicamente: ¿Cómo influye la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani en el año 2019?, ¿Cuál es la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani en el año 2019?, ¿Qué mecanismos se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani en el año 2019?

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Se considera al turismo una de las actividades más sustanciales de la economía a nivel mundial, además de ser un sector de gran actividad dinámica y capacidad de desarrollo. Ha experimentado en los últimos años como promovedor de la cultura de un país, ayudándolo a conservarlo y dinamizarlo, así también, ofreciendo oportunidades en



el desarrollo integral de una sociedad, por lo cual, de acuerdo a la revisión bibliográfica de diferentes realidades se ha definido que la problemática general es el de conocer como incide la demanda turística en la economía y sociedad del turismo rural comunitario de la isla Amantani, a efecto del rápido esparcimiento del turismo rural comunitario en las últimas décadas en diversos destinos. Las comunidades receptoras dedicadas a la actividad turística se vienen enfrentando a una presión cada vez mayor sobre sus entornos naturales, culturales y socioeconómicos. En nuestros tiempos la actividad turística, es uno de los fenómenos sociales con mayor capacidad de transformar los pueblos y culturas de manera muy acelerada tanto positiva o negativa. La problemática actual está en la carencia de prevención de dichas transformaciones, producto de los impactos sociales y culturales, esto en la mayoría de los casos solamente se observan una vez ya acontecidas.

En los últimos años el incremento turístico ha sido significativo en el Perú; De acuerdo a cifras oficiales del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, así por ejemplo en el año 2015 arribaron al Perú 3 millones 455,709 turistas, en el 2016 las visitas se incrementaron a 3 millones 74,461 turistas y en el 2017 a 4 millones 32,339 turistas extranjeros; considerando que según datos publicado por Euro monitor y Latín Focus en el 2017, el 60% de los turistas extranjeros que llega al Perú lo hace por vacaciones, considerando uno de los destinos turísticos a la región Puno en la cual destaca la isla Amantani. Según la DIRCETUR en el 2016 arribaron a la isla amantani 5494 visitantes nacionales y 14008 visitantes extranjeros con un total de 19502 visitantes ; particularmente en la Isla Amantani, en la cual su forma de vida cotidiana, su organización económica, social y cultural, ofrecen al turista una experiencia atractiva y hospitalaria con sus costumbres, su convivencia y vestimenta tradicional, implementando los servicios básicos y atención al cliente; la población consideró rentable la actividad turística 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 el caso de la isla de Amantani, la demanda turística incide en los aspectos socioeconómicos de la población, por ello, es necesario conocer la caracterización y necesidades del comportamiento y grado de satisfacción de la gente que nos visita para desarrollar adecuadamente el diagnóstico de la demanda turística. Asimismo, el turismo para la población de Amantani, es una oportunidad privilegiada para mejorar su situación socioeconómica, no solamente genera empleo o beneficios para los involucrados directamente sino también a través del efecto multiplicador genera empleo o beneficios para las personas. Por otro lado, la actividad turística ha involucrado actualmente nuevas perspectivas que afectan el grado creciente y significativo no solo a nivel general de la actividad económica (generador de divisas), sino también al factor social porque mejora la calidad de vida, incrementa la canasta básica familiar e incide en el factor educativo.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA:

1.2.1 Problema general:

¿Cómo incide la demanda turística en el aspecto socioeconómico de la población de la isla de Amantani 2019?

1.2.2 Problemas específicos:

- ¿Cómo influye la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani en el año 2019?
- ¿Cuál es la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani en el año 2019?
- ¿Qué estrategias se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani en el año 2019?



1.3 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 Hipótesis general:

La demanda turística tiene efecto positivo en el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani.

1.3.2 Hipótesis específicas:

- La demanda turística influye notablemente en el aspecto social de la población de la isla Amantani.
- La demanda turística incide considerablemente en la economía de la población de la isla Amantani.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivo general:

Determinar la incidencia de la demanda turística En el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani en el año 2019.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Conocer cómo influye de la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani en el año 2019.
- Determinar la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani en el año 2019.
- Proponer estrategias que se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani en el año 2019.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

2.1.1 A nivel internacional:

Solis y Cornejo (2016), en su investigación denominado; Impacto económico transversal del turismo en México. Menciona que, si bien las actividades económicas utilizadas pueden contener matices sobre su conexión directa o indirecta con el turismo, se hace hincapié en la seriedad de las estimaciones y el valor agregado de los resultados obtenidos debería tomarse con cautela. Ya que, existe el supuesto de que las fuentes de inversión consideradas tienen una proporción directa en el establecimiento de una infraestructura turística que no necesariamente ocurre en la práctica. Sin embargo, una vez más se definen resultados que provienen de un modelo insumo-producto que contiene una validez estadística importante.

Así como también Vega (2016), en su tesis de análisis del impacto socioeconómico del turismo y las políticas y estrategias gubernamentales en el marco del desarrollo del sector turístico ecuatoriano, afirma que, "Las políticas y estrategias gubernamentales enfocadas a la industria turística y a sus sectores económicos derivados en los últimos siete años, estaría directamente relacionado con la propuesta estratégica que ha implementado el gobierno y el sector privado para mejorar la competitividad del turismo, tendrían un efecto positivo social y económico en el desarrollo del sector turístico ecuatoriano, durante período 2007-2013."

Ortiz (2014), en su tesis de análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina, con contexto de Ecuador, cuyo objetivo fue determinar el



efecto del turismo de América Latina y del Ecuador en su crecimiento económico, así como los factores determinantes del mismo. Y menciona que al analizar la relación de los ingresos del turismo con el crecimiento económico de América Latina se encontró que los mismos a pesar de tener un efecto positivo en el crecimiento económico, no tienen significancia estadística, lo que muestra que las economías latinoamericanas basan su crecimiento en sectores diferentes al turismo. Sin embargo, el crecimiento del turismo sí tiene un efecto positivo y significativo en el crecimiento económico. Adicionalmente, se encontró que para algunas economías latinoamericanas como México, Uruguay, Nicaragua, Bolivia, Cuba, República Dominicana, Ecuador, Costa Rica, Perú y Brasil, los ingresos provenientes del turismo sí son significativos en su crecimiento económico, los cuales son un aspecto muy importante para lograr los objetivos y comprobar las hipótesis de la presente investigación.

2.1.2 A nivel nacional

Huanca y Delgado (2018), en su tesis de licenciatura sobre el Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional de Cusco, 2000 - 2015. Se tenía como objetivo determinar el impacto de la actividad turística en el crecimiento económico en la Región del Cusco, concluyendo que la actividad turística a nivel global presenta un fuerte crecimiento que en promedio viene a ser un porcentaje de 3.8% anual y en América del Sur en promedio 5.1% anual, es decir cuantas más inversiones se realicen en la actividad turística y que esta sea un componente cada vez mayor de la inversión total realizada, el PBI de Cusco variará o crecerá en mayor proporción lo que demuestra la hipótesis general de la presente tesis. Ya que, si se modifica en 1%, la razón de las inversiones turísticas entre la inversión total en la región Cusco, la variación del PBI será próxima al 3%; con lo cual estaría existiendo un crecimiento significativo del crecimiento económico en relación al aporte de la actividad turística.



Por otra parte, Sosa (2018), en su tesis donde investigó el impacto socioeconómico y el turismo rural comunitario en el distrito de Echarati - la convención – 2018; cuyo objetivo fue determinar el nivel de relación entre impacto socioeconómico y turismo rural en el distrito; concluyendo y afirmando que los impactos socioeconómicos que generan en el turismo rural, referente a la organización del turismo; los pobladores del Distrito de Echarati, ya tienen conocimientos básicos respecto al desarrollo del turismo rural, gracias a las charlas o cursos de capacitación emprendidas por la municipalidad y otras organizaciones no gubernamentales. Ya tienen experiencia básica respecto a la atención de turistas y además conocen las variantes o actividades de turismo rural que se pueden potenciar en su comunidad y tienen identificados dónde se puede promover cada actividad para practicar deportes y recreaciones como, el montañismo, trekking, remo, pesca, navegación a vela y otros.

2.1.3 A nivel local.

Mamani y Morales de la Torre (2017) en su tesis sobre impactos socioeconómicos del turismo rural en el distrito de Capachica – 2016, teniendo como objetivo de dar a conocer los impactos socioeconómicos generados a causa de la actividad del turismo rural en el distrito de Capachica, y concluye que los impactos ocasionados por el turismo rural en son mayoritariamente positivos, impactando principalmente en la calidad de vida de los pobladores. Afirmando además que, se avizoraba un prometedor y potencial desarrollo del turismo rural en el distrito de Capachica, donde los aspectos sociales se vean reflejados en una buena convivencia social, de apoyo mutuo y solidario, así como de fortalecimiento de las costumbres y herencias culturales que hagan que el poblador de Capachica se sienta orgulloso y capaz de progresar mediante el desarrollo del turismo rural, Vemos que anualmente un 5% de la población local ve a la actividad turística con buenos ojos, Y un 56 % de los emprendedores piensa que los impactos económicos son



fundamentales para el desarrollo del distrito y su población en todos sus niveles. Siendo el eje de desarrollo de los pobladores, colocando al dinero como medio y no como fin, para el beneficio y efecto multiplicador, en temas como la educación y la salud, el estilo de vida, la identidad cultural, y el manejo ambiental sostenible, además de haber notado que el poblador del distrito de Capachica, se encuentra cada vez más involucrado en la práctica del turismo rural en sus comunidades debido a los beneficios que esta presenta, Los emprendedores tienen conocimientos básicos respecto al servicio de calidad, capacitándose continuamente, cuentan con una experiencia básica respecto a la atención de turistas y manejo de estándares, además conocen las variantes y actividades de turismo rural que se pueden implementar y mejorar en su respectiva Comunidad, así como también tienen identificados los lugares estratégicos e idóneos dónde se pueda promover cada La actividad turística rural.

Justo (2017), en su tesis denominada la demanda turística y el impacto socioeconómico en la Isla de los Uros 2015 -2016, su objetivo principal fue de determinar el impacto de la demanda turística en lo social y económico en la isla de los Uros, señalando que, en el impacto social por la actividad turística en las islas, se muestra manifiestamente una organización familiar el cual es guiada por un presidente, y en cuanto al trabajo con las agencias de viaje, se afirma que el 50% de los actores locales los consideran como buenos aliados, ya que el 66% de las visitas que reciben es a través de una agencia de viajes de Puno. Además, también el autor menciona que 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 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.



Mamani (2015) en su investigación, “Impacto social del turismo rural comunitario en la comunidad de Luquina Chico del distrito de Chucuito – 2015”, el objetivo del autor busco determinar, cómo beneficia o perjudica (impacto) social la actividad del turismo a los miembros y/o socios de la organización. para la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo socioeconómico, siendo estas eficaces, efectivas y sostenibles. Afirmando que, el turismo es una actividad socioeconómica capaz de generar el desarrollo de las sociedades donde planificadamente y con la participación integral de la población se conduce adecuadamente, por ello se requiere el compromiso serio y responsable de las autoridades, empresas privadas y población para mejorar los beneficios que produce, no descartamos los impactos negativos en el ecosistema del área receptora de turistas, concluyendo además aspectos muy importantes como la existencia un impacto social positivo, ya que, los miembros de la organización, tienen mejores condiciones de vida: como agua, luz, letrinas y salubridad, considerando que, para brindar servicio al turista se requieren los servicios básico.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1. Turismo

Es un fenómeno social, cultural y económico que implica que las personas se trasladen a países y lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o profesionales. A estas personas se les denominan, (turistas o senderistas, residentes o no residentes) y el turismo está relacionado con sus actividades, algunas de las cuales están relacionadas con los costos de viaje (OMT, 2008).

2.2.2. Turismo vivencial

En este tipo de turismo se desarrolla una convivencia directa entre los visitantes o turistas y una familia o las familias receptoras. Estas familias receptoras son quienes les



enseñan sus costumbres, tradiciones, modos de vida a los visitantes, generando en ella una interacción y una comunicación horizontal. Puesto que el turismo vivencial se entiende como: “aquella convivencia que existe entre los visitantes y una familia receptora quien durante un proceso de estadía enseña sus hábitos, trabajo y costumbres, además de las actividades comerciales que puedan desarrollar a sus huéspedes” (Curasma y Huamani, 2020).

2.2.3. Turismo rural comunitario

El Turismo Rural Comunitario (TRC) es la actividad la cual se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible y que está basada en la participación activa de las poblaciones locales, que se tienen que beneficiar del desarrollo turístico (Lopez, 2014).

2.2.4. Demanda turística

Desde el punto de vista conceptual, podemos concebir el turismo, según la OMT (2011), define que son, “las actividades de personas que viajan a lugares situados fuera de su entorno habitual y permanecen allí durante no más de un año seguido por motivos de ocio o negocio o por otras razones”. De esta definición se pueden derivar varias características de la demanda turística:

- “Se trata de un movimiento de personas hacia diversos lugares o destinos y de su estancia en ellos”.
- “Consta de dos elementos claves: el viaje hacia los destinos y las estancias en los mismos (actividades practicadas en los destinos)”.
- “La estancia tiene lugar fuera del entorno habitual. De forma que el turismo da pie a realizar actividades que se diferencia claramente de las llevadas a cabo por los colectivos residentes o trabajadores”.



- “La estancia en los destinos es ocasional y de corta duración (menor al año)”.
- “Los destinos se visitan por motivaciones que nada tienen que ver con la búsqueda de una residencia o empleo estable”.

Por otra parte Socatelli (2013) en su libro *Mercadeo Aplicado al Turismo*, define como demanda al conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas o visitantes, independientemente de los motivos que los animan a viajar y del lugar que visitan o visitaran. Lo cual también comprende un grupo diverso de personas, con desemejantes características socio demográficas, motivaciones como también experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

La demanda turística se puede dividir en “demanda turística interna, la cual está constituida por los turistas de un país que viajan dentro del mismo país. Y la demanda turística externa, integrada por los turistas de un país que viajan hacia otro país” (Iranzo et al, 2003).

Figuerola (2000), afirma que, la demanda turística es “la valoración de los requerimientos de bienes y servicios que los viajeros realizan durante el desplazamiento, es decir, en términos del gasto realizado”. Archer (2000), define a la demanda turística como; “la cantidad de un bien o servicio turístico que los potenciales consumidores están dispuestos a adquirir a un precio específico y durante un tiempo determinado”. Para Baretje (2000) la demanda turística es “el desplazamiento en el espacio de un consumo masivo relativamente reciente, justificado por condiciones históricas y procedente esencialmente de una población



urbana de los países desarrollados”, concepto que enfatiza el carácter espacial y la temporalidad de la demanda turística.

2.2.4.1. Categorización de la demanda turística

Desde la perspectiva del mercadeo convencional, la demanda turística puede ser definida de un MATCHING BLOCK modo parecido a cualquier otro tipo de demanda, no obstante, dentro del contexto del turismo, ésta tiene características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, al estar asociadas a las necesidades de los consumidores meta. Estas particularidades sustentan la categorización de la demanda planteada por los autores Cooper, Fletcher, Gilbert & Wanhill (1993), en su libro “Tourism: Principles and Practice”, menciona que “la demanda actual se refiere al número actual de personas que participan en la actividad turística (turistas, viajeros o visitantes), es decir, que efectivamente viajan, trasladándose a un lugar no habitual al suyo (consumidores reales)”. Y cuando estos consumidores son prospectos en los que se ha identificado una necesidad, motivación o interés asociado a un bien en particular, y que posiblemente viajarán, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales como, más tiempo libre, más dinero, etc., se les denomina demanda potencial, (consumidores potenciales). Mientras que la demanda diferida, son las personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.

2.2.4.2. La demanda y las formas de turismo

Utilizando como base algunas ideas planteadas por la O.M.T. indican que la demanda turística, debe poseer tres dimensiones fundamentales: comprendiendo las distintas formas de turismo según corrientes turísticas o dirección de flujos referidos al turismo es importante identificar los mercados meta y los grupos de consumidores que



conlleva a la demanda turística, para así poder dirigir la forma que articulara la oferta; señala las siguientes formas de turismo:

- Turismo doméstico, para referirse a los residentes visitando su propio país.
- Turismo receptivo, para describir a los no residentes procedentes de un país determinado.
- Turismo emisor, que son los residentes del propio país que se dirigen a otros países.

Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se les denomina “visitantes”, los cuales se definen como aquellas “personas que se desplazan a un sitio diferente de su lugar habitual de residencia, con una duración del viaje inferior a doce meses y cuyo propósito no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado” (OMT, 2001).

2.2.4.3. Factores determinantes de la demanda turística

Socatelli (2013), indica que la complejidad de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario una revisión previa de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen la propia estructura de la misma, siendo estos los siguientes:

- Nivel de renta disponible: Es la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas.
- Nivel de precios: Esta variable no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos. En el mercado de origen, un alto nivel en los precios o crecimientos fuertes produce un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual hay menor la disponibilidad de dinero para usarlo en



turismo. En los mercados de destino, el aumento en los precios de igual forma implicará una merma en el nivel de gastos de viaje de las personas, sin embargo, esto no supone una disminución de la demanda de turismo, ya que éstas pueden cambiar su destino hacia lugares alternativos que resulten económicamente más accesibles.

- **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:** Referido a posibilidad de poderlos pagar a plazos les permite a los individuos realizar gastos mayores en turismo.
- **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.
- **Motivación:** Cuando las personas viajan es por algo, lo que implica la existencia de alguna motivación y que supone alcanzar un fin determinado. Sin embargo, no hay dos individuos iguales, por lo que sus decisiones dependerán de sus actitudes, percepciones, personalidades, gustos, preferencias, y sus experiencias previas.
- **Condicionantes socioculturales:** La edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física influyen en el hecho de que un individuo demande más o menos cantidad de turismo.
- **Formas y estilos de vida:** Conjuntamente con los atributos individuales de las personas, sus actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones, dan lugar a diferentes tipos de turistas.
- **Tiempo de ocio:** El tiempo dedicado al ocio determina la capacidad para viajar que tiene un individuo determinado. Una mayor cantidad de tiempo libre, implica una mayor disponibilidad para viajar.



- Costumbres estacionales: Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica son condiciones favorables para que los individuos viajen o realicen turismo.
- Creencias ideológicas, religiosas y políticas: Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos.
- Factores políticos: Las actuaciones políticas pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística.
- Factores demográficos: El desarrollo económico de una nación incide en la capacidad para viajar. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por tener 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, por otra parte, sucede todo lo contrario en lo urbano.
- Factores aleatorios: Son aquellas variables imprevisibles determinadas por las guerras o cataclismos naturales, que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística.

2.2.4.4. Tipos de demanda turística

- El turista masivo organizado, se organiza por los paquetes de viaje en los que se establecen los itinerarios de viaje.
- El turista masivo individual, 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 y evitan las atracciones turísticas, viven con miembros de la sociedad anfitriona, inmersos en su cultura.

Cada uno de estos diversos tipos de turistas o excursionistas arriban a las islas del Lago Titicaca, generado un impacto socioeconómico en diferentes aspectos, realidades y contextos; esto implica que los destinos responden de forma diferente, según cada forma de turismo.

Por otro lado, también según PROMPERU (2008), en su informe denominado Perfil del Turista Rural Comunitario indicando que se posee a estos tipos de turistas, adaptado a nuestra realidad:

- Turista de naturaleza: Busca estar en contacto con la naturaleza, observar la flora y fauna, conocer la vida salvaje y las áreas protegidas, siendo su gasto promedio realizado en el Perú 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.

2.2.5. Perfil del turista

Según PROMPERU (2019), Presenta el Perfil del turista extranjero que visita el Perú y Puno, se nota que los visitantes en su mayoría son solteros, entre 15 a 64 años de edad, con un grado de instrucción universitaria que representa el 47% del total de visitantes, que planifican sus viajes de 1 a 4 meses de anticipación y que estos a la vez viajan por su propia cuenta, pero que al arribar a la localidad adquieren su paquete



turístico mayormente mediante una agencia de viajes y turismo física, animados por conocer de la cultura, su autenticidad de comunidades campesinas, como también de disfrutar la naturaleza entre ellos el paseo por los lagos.

Generalmente los visitantes tienen procedencia europea y de los Estados Unidos, a la vez, más del cincuenta por ciento de ellos tienen el interés de comprar algún producto de la zona visitada (artesanía, suvenires, otros), su motivación principal de viaje en el Perú es vacaciones, recreación u ocio contando con un 90 %, por otro lado el motivo principal de visita a la Región de Puno, es conocer y visualizar el reconocimiento del Lago Titicaca como el lago navegable más alto del mundo, y a su vez visitar sus islas tradicionales, para la realización del turismo rural comunitario; siendo los lugares más visitados en la región Puno los Uros, Taquile y Amantani en el orden mencionado.

Oferta turística

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002), señaló que el medio ambiente y tres grupos de actores están participando en esta oferta. Suelen ser proveedores de servicios, comunidades locales y tres niveles de autoridad gubernamental.

Como se puede apreciar en el párrafo anterior básicamente se describe la conformación la oferta turística, para atraer a la demanda. Aunque los recursos existen tal como son, no pueden proporcionar el medio ambiente en sí mismos porque no son atractivos turísticos. Restaurantes, alojamientos, museos, atracciones creadas por el hombre y muchos otros proveedores de servicios. Así como cabe señalar que la cultura es uno de los atractivos del lugar, la comunidad tiene una identidad propia, la cual puede despertar y servir el interés y la curiosidad de los turistas. Una comunidad que atiende a los visitantes con gusto, alegría y calidad. En última instancia, las autoridades formarán parte de este modelo global, ya que promulgaron una legislación que proteja a los turistas



y empresarios que estén interesados en hacer negocios en el sitio. Los incentivos de viaje incluyen muchos elementos que deben abordarse en su conjunto.

2.2.6. Factores de la oferta turística

La Secretaría de Turismo (2002) explica que un análisis de las propuestas turísticas locales debe enumerar primero los siguientes factores:

Factores naturales: condiciones geográficas y extensiones territoriales, geología y clima, hidrología (mar, ríos, lagos, etc.) y paisajes, flora y fauna.

Factores socioeconómicos: la relevancia de diversos sectores de actividad en las estructuras sociodemográficas y económicas, incluida la edad, la migración, la distribución socio profesional, etc. Se considera. Y la estructura de la administración política.

- Infraestructuras y servicios disponibles: Equipamientos, transportes, servicios.
- Factores culturales: Historia, costumbres, productos artesanales, locales, configuración de los lugares, monumentos y curiosidades, lugares para visitar, visitas guiadas atracciones, manifestaciones culturales, etc.
- Oferta – alojamiento: capacidad total, distribución de camas y alojamiento por tamaño, oferta de camas y distribución de alojamiento por tipo de alojamiento, distribución local del alojamiento, calidad y precio, tipo de agroturismo posible, casa de campo, desarrollo del alojamiento.

La oferta turística para Cooper (1993) representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo donde básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los



establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales. Además de tener una ventaja competitiva frente a otros sitios, existe competencia directa para diferenciarse y por tanto atraer turistas.

La infraestructura turística es uno de los principales componentes de la oferta turística ya que ésta permite el desarrollo de la actividad turística proporcionando bienes y servicios que la apoyen para el desarrollo de una mejor oferta turística (Ramirez, 2018).

Con el fin de ampliar adecuadamente la estructura de los servicios de turismo, es necesario distinguir entre los recursos turísticos, lugares de interés, productos y, por supuesto, relacionados entre sí, pero todavía conceptos significativos. Otras teorías.

- Los recursos turísticos son elementos vinculados o pertenecientes a la naturaleza, historia, cultura de una región o posición geográfica particular y que tienen un potencial turístico. Sin embargo, un recurso se considera una atracción sólo cuando se crea o si cuenta con el equipo y la infraestructura para permitir su uso.
- La planta turística incluye todos los servicios de viajes directos, como hoteles, restaurantes y agencias de viajes, etc. Esto forma una estructura productiva del turismo. Porque, gracias a sus servicios, podrás moverte, quedarte y disfrutar de los atractivos y actividades del lugar con atención y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas.
- La infraestructura es el segundo elemento en la estructura del patrimonio turístico y es esencial para apoyar el sistema turístico. Ese componente es fundamental para promover atractivos y desarrollar incentivos turísticos. Son edificios públicos en beneficio de la comunidad en su conjunto y brindan los



servicios necesarios para la gestión y desarrollo de las actividades sociales y económicas.

- La superestructura turística es el superior de los elementos que componen el patrimonio turístico y su función principal es desarrollar y promover el turismo.

su función es propiciar, por todos los medios a su alcance, el engranaje y óptimo funcionamiento de los otros tres elementos (atractivos turísticos – infraestructura – planta turística) que, en su conjunto, forman el producto turístico de un lugar.

2.2.7. Impacto socioeconómico turístico

Se ha observado que el turismo en diferentes contextos y realidades tienden a debilitar solidaridades locales, a aumentar el individualismo y a crear conflictos de intereses tanto individuales como colectivos, de modo tal que las comunidades deben enfrentar esas dificultades y adaptarse o dividirse en facciones. El impacto del turismo en la estratificación social ha sido notado por muchos investigadores, pero no se ha analizado con detalle y a profundidad.

Por un lado, se observa que existe un alto nivel de integración vertical de la industria turística lleva a que las corporaciones del turismo poseen aerolíneas, carros de alquiler, hoteles y agencias de turismo de modo tal que el grueso del dinero que los turistas gastan se va de la región dejando en los bolsillos de los locales solo una fracción marginal en forma de salarios, propinas e impuestos.

Pero, por otra parte, el turismo abre nuevas posibilidades de empleo en la región receptora y, por lo tanto, influye en los patrones migratorios en dos sentidos: por un lado, ayuda a la comunidad a retener miembros que de otro modo habrían migrado, particularmente los y las jóvenes desempleados o subempleados en áreas marginales y,



por el otro, atrae foráneos que buscan trabajo u oportunidades económicas, y que, a menudo, provienen de otras ramas de la economía.

2.2.7.1. Impacto económico

El turismo tiene un importante impacto en la economía de los países en los que, se ha desarrollado, aunque su importancia varía dependiendo del dinamismo y diversificación de dicha economía. En este sentido, Sancho (1998) explica que, “los beneficios de la economía pueden ser propios de países desarrollados o de países en vías de desarrollo, puede estar basada en varias industrias o en una sola, por lo que el turismo puede representar una opción importante para la misma o ser completamente irrelevante”, “pero esta va mucho más allá de la rentabilidad económica y la equidad de la distribución y la repercusión local de los beneficios. Lo que significa que dichos rasgos determinaran el grado de participación local y de las inversiones extranjeras en el desarrollo de la actividad turística, así como sus beneficios y costes” (Escobar, 2018).

Según Escobar (2018) “el turismo es una actividad generadora de riqueza, siendo un gran aportante en el PIB de las naciones, y también es un instrumento que se relaciona directamente con otras actividades económicas y sectores productivos, además de tener un efecto multiplicador en la economía. Su efecto en el desarrollo económico se deriva del proceso inmediato del consumo de bienes y servicios de los turistas”.

“Los gastos de los turistas que visitan un determinado destino turístico conllevan un conjunto de beneficios para las instalaciones turísticas de primera línea, y mediante un efecto multiplicador para muchas otras actividades económicas locales” (Fullana y Ayuso, 2002), “dichos beneficios se pueden traducir en aportación de divisas, generación de empleo, estimulación la demanda de bienes locales, es decir, el turismo representa una oportunidad de mejora económica en el nivel de vida de los residentes de una comunidad,



ya que suele aumentar y mejorar la distribución de la renta en el área de desarrollo turístico” (Escobar, 2018).

De acuerdo a Escobar (2018) los principales aspectos económicos positivos generados por la actividad turística en un país o destino son los siguientes:

- Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos debido al aumento de divisas.
- Contribución del turismo al PBI.
- Creación de empleo (directo, indirecto e inducido).
- Se considera al turismo como una de las principales actividades en el ámbito empresarial, debido a sus variadas conexiones con los demás sectores de la economía.
- Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta, tanto en términos de población como en términos de contribución al equilibrio regional de un país.

Sin embargo, “estos buenos resultados económicos de desarrollo local no siempre son positivos, ya que la actividad turística conlleva ciertos costes que deben ser considerados al mismo tiempo que los beneficios, para que se puedan evaluar correctamente sus impactos económicos” (Fullana y Ayuso, 2002).

2.2.7.2. Impacto social – cultural turístico

Según Egusquiza (2016) Los impactos socio culturales en el turismo, fueron descritos como, las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y también colectivos, patrones de conducta, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida. De este modo, se puede definir a los Impactos Sociales del turismo, como los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos



como resultado de dicha actividad. Asimismo, se define a la calidad de vida como “un estado de satisfacción general, derivado de la realización de las potencialidades de las personas”. Posee aspectos subjetivos y aspectos objetivos. Es una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social. Incluye como aspectos subjetivos la intimidad, la expresión emocional, la seguridad percibida, la productividad personal y la salud objetiva. Como aspectos objetivos el bienestar material, las relaciones armónicas con el ambiente físico y social y con la comunidad y la salud objetivamente percibida, Ardila (2003). Es decir, que la calidad de vida es un estado de satisfacción general, que surge de realizar las potencialidades que el individuo posee.

Tales impactos son diversos y dependen ampliamente de varios factores como el tipo de turistas, el grado de desarrollo turístico y las condiciones económicas, socioculturales y políticas de la comunidad local. Asimismo, el grado de impacto social variará, dependiendo del campo específico que se genere en una comunidad y su capacidad para recibir dicho cambio, Beeton (2006).

La actividad turística, “constituye un atmósfera en el que entran en contacto personas con escenarios culturales y socioeconómicas muy diferentes, debido a que, implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar donde residen”, por tal motivo, “la dimensión sociocultural del turismo sostenible es aquella que contempla la naturaleza del bienestar de la población local y turística, además de incluir el respeto y la preservación de la cultura y el patrimonio de la región anfitriona” (Fullana y Ayuso, 2002).

Campillo, Llurdés y Romagosa (2007) definen este tipo de impacto como “la forma a través de la cual el turismo contribuye a la aparición de cambios en el sistema de valores de la población residente en el destino, su comportamiento individual,



relaciones comunitarias y familiares, estilos de vida, conducta moral, consideración en relación a las tradiciones, folklore, costumbres, etc.”, además se establece la existencia de impactos derivados del turismo, entre las cuales sobresalen:

- Modificaciones en la vida cotidiana de la población local.
- Cambios de determinados valores.
- Altos costos de nuevos inmuebles construidos.
- Deterioro del paisaje que aumentan la presencia de elementos estéticamente discordantes y una excesiva ocupación de los espacios rurales.
- Posible fomento indirecto de actividades informales.
- El uso del idioma local puede experimentar un proceso de retroceso.

Añadiendo a lo anterior, según Aguera (2014) nos indica que, existen diversos problemas provocados por las visitas de los turistas a un destino. Estos son aplicables al turismo ecológico en particular, y son los siguientes:

- Aparición de diferencias socioculturales entre la población residente y los turistas.
- Escasa posibilidad de intervención en la toma de decisiones de la puesta en marcha del ecoturismo por parte de las comunidades locales.
- Falta de reconocimiento en la labor desarrollada por parte de la población residente.
- Necesidad de instrumentos que permitan una adecuada evaluación de los diversos impactos ambientales y socio-culturales que se puedan generar en el destino.
- Peligro de establecer la actividad turística como el único sector económico en el área geográfica, provocando impactos negativos en otros sectores económicos del destino.



- Aceleración de los cambios sociales de la población residente en el destino ecoturístico.
- Falta de obtención de beneficios económicos y sociales de los proyectos desarrollados en el área geográfica.

Las relaciones entre el turismo, la sociedad y la cultura tienen características muy complejas. Por ello, como afirma Williams (2009) “las sociedades y las culturas son simultáneamente objetos de la mirada turística, productos que serán consumidos por los viajeros globales, así como escenarios de interacciones en los que los atributos sociales y culturales se modifican por las prácticas de consumo turístico y las diferentes formas de contacto entre los visitantes y las comunidades anfitrionas”

Fullana y Ayuso (2002) establecen que la “población local, durante las primeras etapas de desarrollo de una actividad turística, suelen acoger a los turistas con entusiasmo, sin embargo, a medida que la rivalidad por los recursos locales se agudiza, los residentes van retirando su apoyo inicial”.

Como es conocido, la calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de la infraestructura y los servicios disponibles que se pueda ofrecer. En ese sentido, 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 que tratan de 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 incrementa. Por otro lado, el turismo suele estimular el interés de los residentes por la propia; cultura, tradiciones,



costumbres y patrimonio histórico. Además, muchos de estos elementos son rescatados y puestos en valor cuando hay demanda de turistas.

El valor cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes que toman conciencia del valor histórico y cultural de su patrimonio. En ese sentido, el turismo contribuye a; la preservación y restitución de monumentos, edificios, lugares históricos. La revitalización de las actividades y costumbres locales como la artesanía, el folklore, los festivales, la gastronomía, etc. El turismo puede ser también un factor que acelere cambios sociales positivos en una comunidad, fomentando la tolerancia, el bien común, la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida, etc. Por ejemplo, la actividad turística genera directa e indirectamente empleo y ello le da mayor movilidad a la escala social de las comunidades, incluso de las de mayor jerarquía.

Se afirma también que, aunque este efecto está un tanto idealizado, ya que muchas de las formas actuales del turismo no lo favorecen, otro de los impactos beneficiosos es la oportunidad de intercambio cultural entre los residentes y los visitantes (Florez, 2012).

2.2.8. Desarrollo socioeconómico turístico

Como se ha indicado en las secciones anteriores, el turismo influye positivamente en las economías de los lugares en los que se desarrolla, “especialmente por su capacidad para difundir efectos en cadena sobre el conjunto de la economía a través del efecto multiplicador del gasto turístico” (Pulido, 2008), incluso Sancho (1998) llega a afirmar que “su importancia se presenta de forma diferente en las economías en relación del dinamismo y la diversificación de cada una de estas tenga”, es decir, “Una economía puede ser un país desarrollado o un país en desarrollo, y



puede basarse en varias industrias o solo en una, por lo que el turismo puede ser una opción importante para ella o completamente desvinculado. Estas características determinarán el nivel de participación local e inversión extranjera en el desarrollo de las actividades turísticas, así como los beneficios y costos que traerá consigo.” (Sancho, 1998).

En otras palabras, el destino receptor de la actividad turística “debe reunir una serie de condiciones y el proceso de desarrollo debe responder a un modelo adaptado a sus especiales circunstancias” (Pulido, 2008), es decir, para poder considerar el turismo como la base para implantar estrategias crecimiento económico, Cárdenas (2012) llega a afirmar que “se han de tener en cuenta los distintos factores que se encuentran relacionados con cada destino, como infraestructura, orientación de las políticas públicas, actitud de la población local, localización, servicios públicos, etc.”

Numerosos estudios han reconocido “el potencial del turismo como motor de transformación social y herramienta para las estrategias de desarrollo económico. Como, por ejemplo, los análisis del papel del turismo internacional en la provisión de divisas, su contribución al equilibrio de la balanza de pagos, hasta su capacidad para generar empleo e incentivar la capacidad productiva del comercio.” (Escobar, 2018).

“El auge del turismo en algunos lugares ha coincidido con el avance de su economía, por lo que en ocasiones se ha podido confundir el crecimiento turístico con el desarrollo que éste podría producir en las sociedades” (Muñoz et al., 2012). No hay duda que el turismo cuenta con una serie de características que lo convierten “en una actividad para tener en cuenta en los procesos de desarrollo, de manera que una gestión eficiente puede llegar a generar una serie de efectos positivos en el desarrollo económico de cualquier territorio” (Pulido, 2008).



Sin embargo, “el turismo también puede generar efectos negativos que pueden afectar el proceso de desarrollo, especialmente si la actividad no es gestionada de forma correcta, ya que, como cualquier actividad económica, el turismo no está exento de costes que pueden afectar a la comunidad local y/o al entorno. En este sentido, se hace necesario conocer cuáles son esos riesgos con el fin de minimizarlos y corregirlos en la medida de lo posible” (Escobar, 2018).



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

La presente investigación titulada “Demanda turística y su incidencia en el aspecto socioeconómico de la población de isla Amantani 2019.” Se empleó el método descriptivo, porque describe los datos obtenidos de la observación y la encuesta, por ser un conjunto de procedimientos de indagación que permitirá el acoso y análisis de información de hechos reales y actuales. Para determinar y conocer las incidencias se empleó el enfoque de tipo cualitativo, ya que, “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (Blasco y Pérez, 2007).

3.3. TIPO DE LA INVESTIGACION

El tipo de investigación fue no experimental, porque “se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien lo realiza, no se tiene control directo sobre las variables ni se puede influir en ellas, ya sucedieron, al igual que sus efectos” (Sampieri et al., 2014). El diseño de la investigación es explicativo, porque el propósito es, encontrar relaciones entre las variables, las investigaciones explicativas no se satisfacen con descubrir qué es lo que causa un determinado hecho, sino también busca determinar por qué lo causa (Vara, 2012).

3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Para llevar a cabo la investigación se empleó una revisión documental y/o bibliográfica, que permitió analizar investigaciones de diferentes autores referentes al objeto de la investigación, como los planteamientos, objetivos, metodologías y



resultados; artículos científicos, y teorías sustantivas acerca de la propuesta de investigación, diferenciado temporal y espacialmente.

Para lo cual también se realizó una encuesta (anexos) personal, mediante un cuestionario estructurado, el cual permitió la recolección de datos de la muestra correspondiente, que comprende las dimensiones del instrumento que son: datos personales, aspecto social, educación y salud, aspectos culturales y aspecto económico de los pobladores de la isla Amantani.

3.5. POBLACION Y MUESTRA

La población cuenta con aproximadamente 350 familias, distribuidas en 10 comunidades como Santa Rosa, Lampayuni, Sancayuni, Alto Sancayuni, Occosuyo, Occo Pampa, Incatiana, Colquecachi, Villa Orinojón más el pueblo (Oficina de Turismo Rural Comunitario [OTRC], 2020)

En tal sentido para selección de la muestra, se realizó un cálculo con la ayuda del programa automatizado Microsoft Excel, donde la población estadística es finita, dado que la población es conocida y, en el caso de la investigación son los pobladores que se dedican al turismo rural comunitario en la isla Amantani, en tal sentido el tamaño para calcular la muestra a estudiar se realizó de la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= Tamaño de muestreo.

183



Z= Distribución Normal.	1.96
E= Error Absoluto Planteado.	5%
p= Proporción de la población con actitud positiva.	50%
q= Proporción de la población con actitudes negativas.	50%
N= Población Total	350

Es así que, según los cálculos realizados en la plantilla de Excel, el resultado de la muestra para la presente investigación es de 183 encuestas en total. (pobladores de la Isla de Amantani).

3.6. PROCEDIMIENTO:

Para la recolección de datos e información, se distribuyeron las encuestas de manera personal por la investigadora a la población de la isla de Amantani, en un periodo de 02 semanas pernoctando en la zona de estudio, seguidamente se procedió a la tabulación de los datos obtenidos y la obtención de gráficos en el programa Excel 2019.

Lográndose de esa manera la información necesaria y valiosa para lograr resultados favorables de la investigación al mismo tiempo analizar y alcanzar los objetivos propuestos.

3.7. UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA INVESTIGACION

La isla de Amantani, referente distrito del mismo nombre en la Región de Puno, se encuentra al este de la península de Capachica, y al norte de la isla de Taquile, en el Lago Titicaca. Es una isla de forma casi circular con un diámetro promedio de 3.4 km. Alcanza una superficie de 9,28 km², siendo la mayor isla de la parte peruana del lago. Su altura máxima, en la cima del monte Llacastiti es de 4150 m s.n.m., es decir 340 m sobre el nivel del lago (3810 msnm). Con un clima muy templado debido por su ubicación geográfica a orillas del lago, normalmente la temperatura promedio es de 10°C a 17°C.

Figura 1

Ubicación geográfica de la zona de estudio.



FUENTE: Googlemap.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para determinar la incidencia de la demanda turística en el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani en el año 2019, y alcanzar los objetivos propuestos de la investigación, se elaboró una encuesta dirigida a la población que practica la actividad turística y tiene contacto directo con la demanda (turistas), con una muestra total de 183. Se ha realizado el trabajo de campo obteniendo respuestas de apoyo y respuestas de no querer colaborar con la investigación, el cual fue un inconveniente, sin embargo, el total de la muestra fue alcanzada.

Para ellos se presentan los siguientes resultados:

4.2. ANÁLISIS DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA

Tabla 1

Arribo de turistas visitantes a la Isla Amantani en el periodo 2018 - 2019

ARRIBO DE TURISTAS VISITANTES A LA ISLA AMANTANI EN EL PERIODO 2018 – 2019		
AÑO	2018	2019
Nacionales	5 512	7 106
Extranjeros	20 049	21 990
Total	25 561	29 096

FUENTE: MINCETUR

De la tabla ofrecida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se observa que la demanda y afluencia de turistas extranjeros a Puno se ha visto favorecida durante el año 2018, para el año 2019 se tiene un aumento de 1594 turistas nacionales al año

anterior y de 1951 turistas extranjeros al año anterior, siendo un crecimiento de 3532 turistas de la demanda en general, lo cual favorece en la demanda turística que tienen los diferentes lugares turísticos en la región, para su aprovechamiento y lograr el desarrollo crecimiento esperado por parte de los residentes locales, en consecuencia familias que practican la actividad turística de manera directa o indirecta.

Tabla 2

Arribo de turistas visitantes a Puno en el periodo 2018 - 2019

2019/2018: VISITANTES A PUNO		
AÑO	2018	2019
Extranjeros	511,444	339, 235
Nacionales	330,082	928, 717
TOTAL	841,526	1,267.952

FUENTE: Elaboración propia

En el 2018 Puno registró 511,444 arribos; es decir, 3.8 % más que el año anterior, debido al incremento de visitantes extranjeros (3.7 %) y nacionales (4 %).

Los turistas del exterior, que explicaron el 64.5 % (330,082), procedieron principalmente de Estados Unidos (12.7 %) y Francia (11.3 %). Mientras que los visitantes nacionales, que representaron el 35.5 % del total de llegadas a esta región (841,526), provinieron principalmente de Lima y Callao (76 %) y Piura (3.1 %).

En el 2019 Puno registro 1,267.952 arribos; es decir que en relación al 2018 se incrementó en el año 2019 debido al incremento de turistas nacionales que representa un 73% (928, 717) y el arribo de turistas extranjeros que abarca a un 27% (339, 235) en conclusión el arribo de turistas a la Región de Puno se incrementa. Llegada de turistas en el país aumentó 8,1% en el 2019.

4.3. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

A partir de los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los pobladores de la isla Amantani, se muestra que las incidencias de la demanda turística brindan resultados positivos en el aspecto socioeconómico.

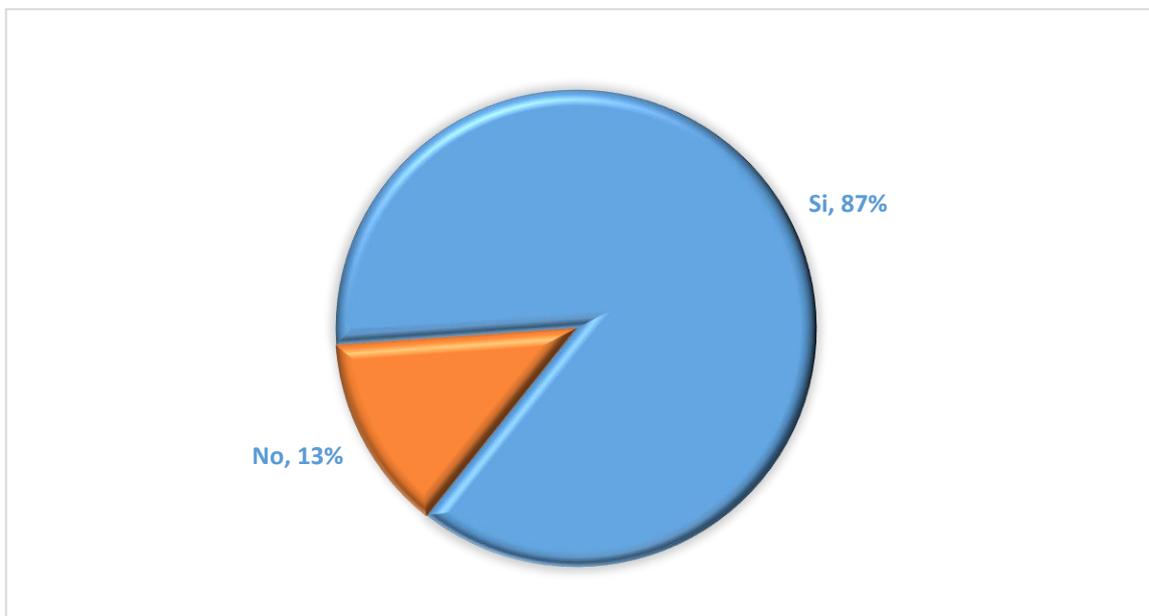
Para el desarrollo de los objetivos de la investigación realizamos primero el análisis del como incide en el aspecto social y luego el análisis del aspecto económico.

4.3.1. Análisis del impacto social

4.3.1.1. Aspecto organizacional

Figura 2

Organización de la Isla Amantani.



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas.

Según la figura, el 86% de pobladores están de acuerdo con la organización en la isla Amantani y el 14% no está de acuerdo con la organización de la isla Amantani.

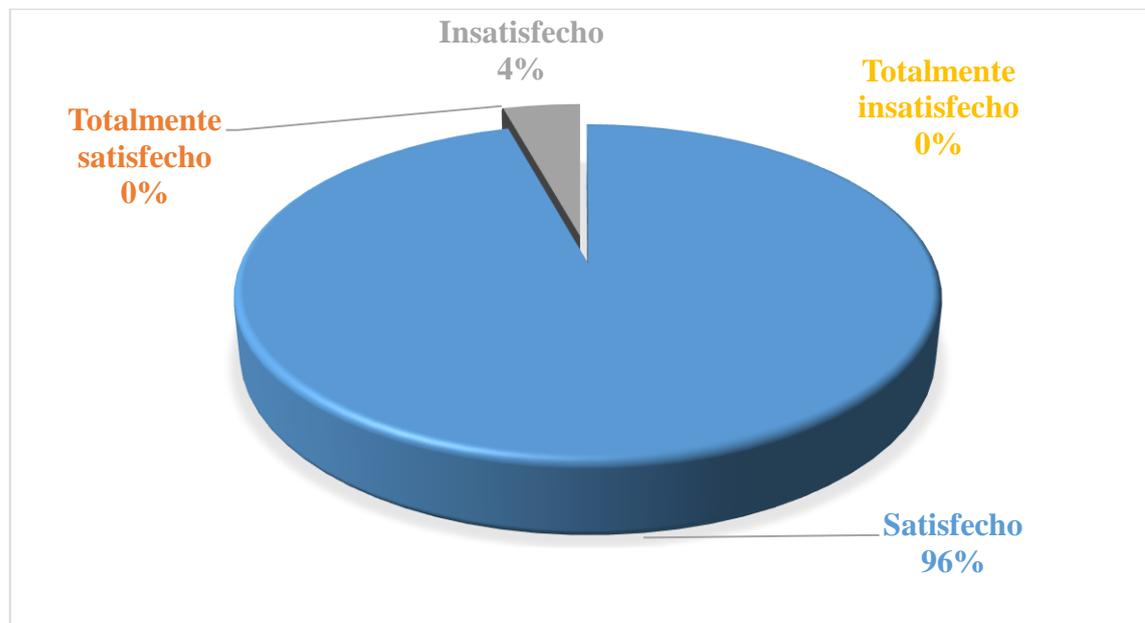
Ello implica que están de acuerdo obteniendo capacitaciones para atender mejor a los turistas, entre otras actividades ofrecidas por la localidad. Se observa que la actividad

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 comunidad y a la vez pertenecen a una organización más grande.

De toda la isla de Amantani, esta última está regido por un presidente que representa a todas las comunidades, él se encarga de organizar el mantenimiento y cuidado general de la isla, como también de la rotación y distribución correlativa para recibir a los turistas, organiza las fiestas patronales y las diferentes actividades.

Figura 3

Actividades que realizan las organizaciones de la Isla Amantani



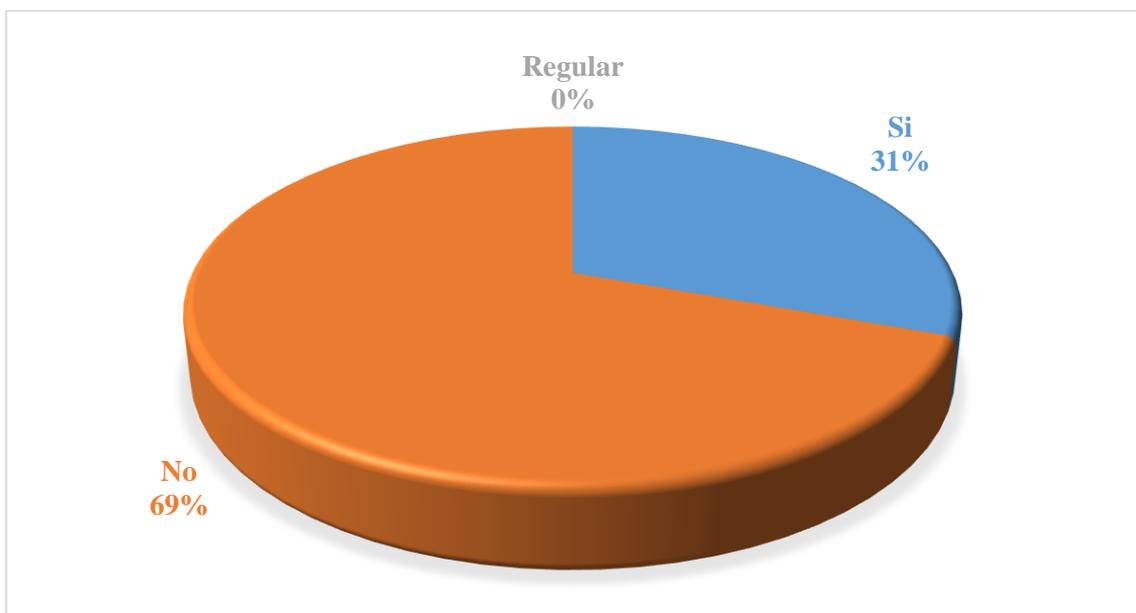
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según la figura presentada, el 96% de los encuestados está satisfecho con la organización de todas las actividades que se realizan en la isla Amantani, el 4 % está insatisfecho con la organización en dicha isla y el 0 % representa a las personas que están totalmente satisfechos y totalmente insatisfechos con la organización de actividades en la isla Amantani.

La mayoría de la población se encuentra satisfecho porque ellos aducen que trabajan en conjunto con la Municipalidad para realizar diferentes actividades por lo cual se organizan para el recojo de basura, para el mejoramiento de la isla, el porcentaje insatisfecho es porque muchas veces hay desigualdad en la repartición de turistas porque algunos los contactan por carteras y eso la municipalidad no lo regula adecuadamente.

Figura 4

Capacitaciones en la Isla Amantani en temas relacionados en turismo



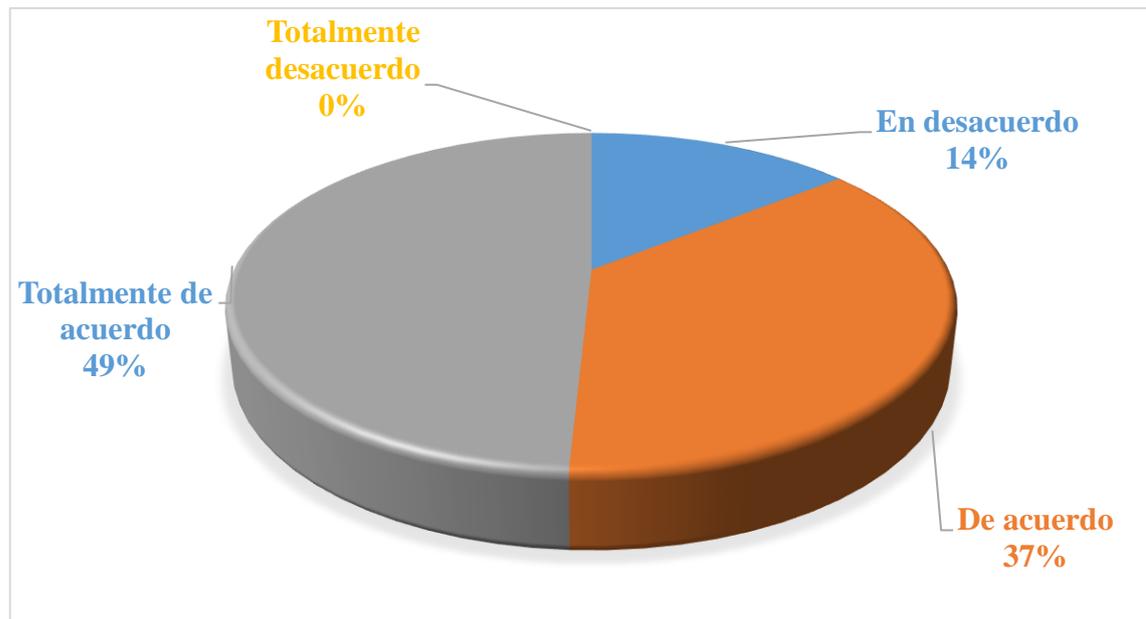
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En la figura presentada se observa que, el 69% de la población no recibieron capacitaciones, el 31% recibió capacitaciones y el 0% es regular.

Los pobladores que respondieron haber tenido capacitaciones en diversos temas, ha sido por parte de la Municipalidad Distrital de Amantani temas relacionados en artesanía, atención al turista, entre otros. Y el otro porcentaje aduce que no recibieron la capacitación de ningún ente turístico interesados en ellos, solicitando que la Dirección Regional de Turismo de Puno debería realizar dichas capacitaciones.

Figura 5

Las agencias de viajes como aliados para la oferta de turismo



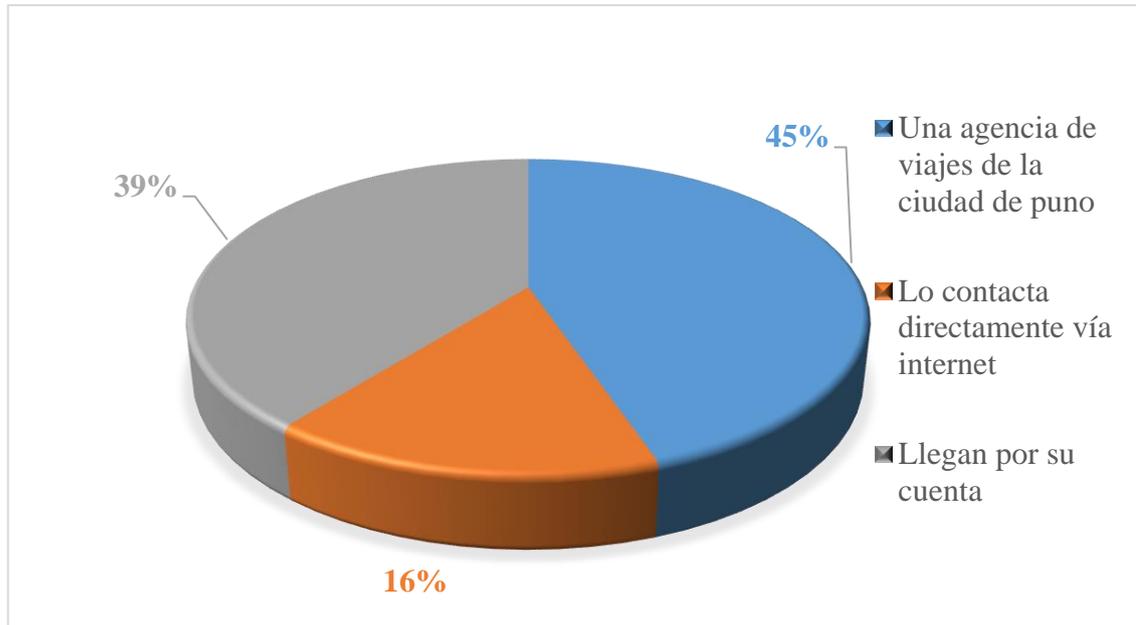
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según la figura, El 37% de los encuestados afirman que están de acuerdo con la alianza que se tiene con las agencias de viajes, un 14% manifiestan que están totalmente de acuerdo y el 49% muestran su desacuerdo.

Sucede que considerable número de los pobladores están totalmente de acuerdo con la alianza mediante las agencias de viaje debido a que son buenos aliados para el acercamiento de turista hacia la oferta, y tenerlos como socios estratégicos es positivo para sus emprendimientos por la dinamización de la visita porque con ello generan mejores ingresos, 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, porque consideran que el Lago Titicaca y la Amantani son conocidos a nivel mundial por la existencia de internet.

Figura 6

Forma de contacto para llegar a la Isla Amantani

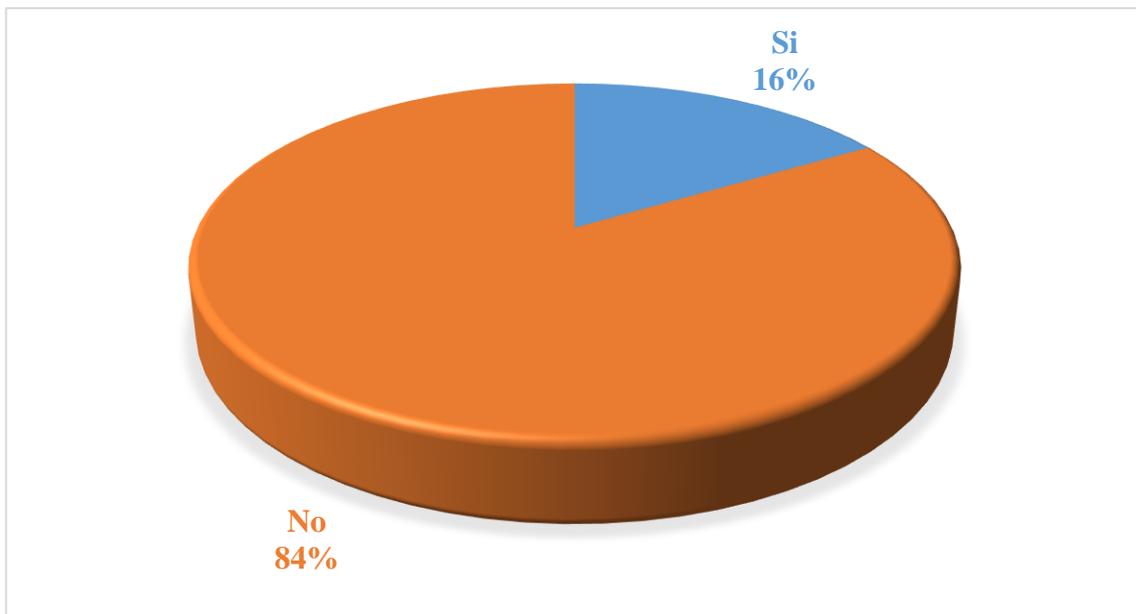


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

De la figura presentada en la parte de arriba se muestra que el 45% indican que los turistas llegan a la isla mediante una agencia de viajes de Puno, dirigido por un guía de turistas, mientras que el 39% afirma que llegan por su cuenta debido a que en el puerto de Puno y Capachica ofrecen estas visitas los transportistas acuáticos locales llevando a visitar hacia la isla tanto a turistas locales, nacionales e internacionales; finalmente, un 16% afirma que los contactan directamente generalmente por la red social de Facebook u otra plataforma creada por el emprendedor.

Figura 7

Uso de páginas web como estrategia de promoción los servicios en Amantani

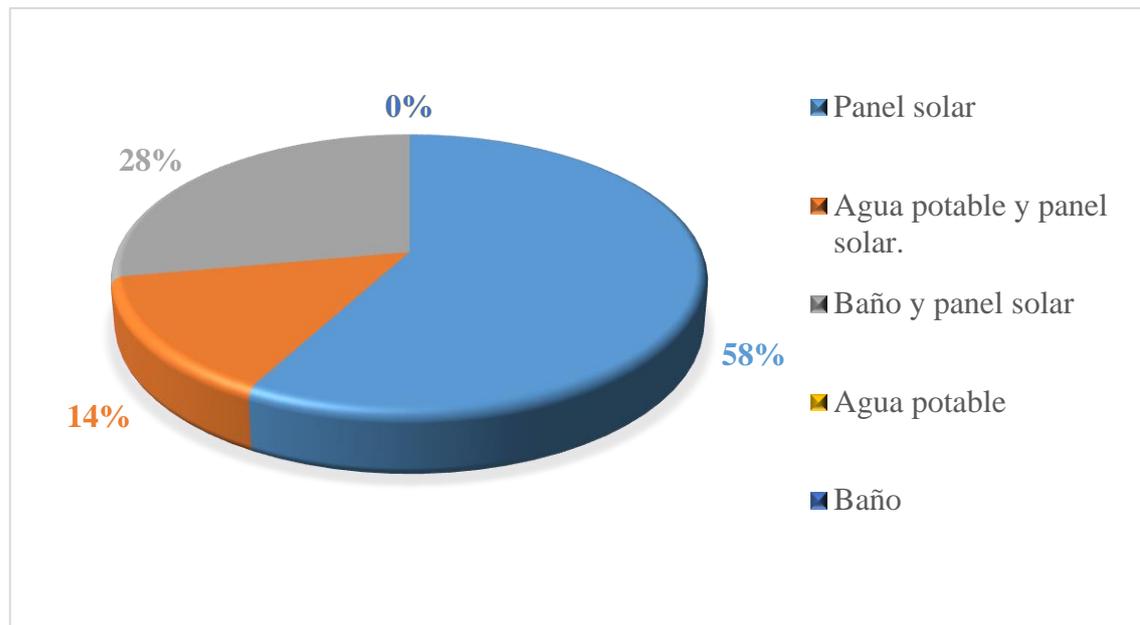


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según la figura podemos observar, que el 84% no utiliza las páginas web para promocionarse y tan solamente un mínimo porcentaje de las familias que practican la actividad turística, más específicamente el turismo rural comunitario, que representa el 16% del total si lo hace, la mayoría indicaron que no utilizan páginas web porque en la isla no hay mucha cobertura para el internet y el otro porcentaje se promociona a través de Facebook una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial, la característica principal para darse a conocer por medio de esta red, es mediante la creación de una página (Facebook) con el nombre del alojamiento o un perfil del jefe de familia, mostrando todas las características de los servicios que se ofrecen, acompañándolo con fotografías de la isla como de las habitaciones, cocina, alimentos, etc.

Figura 8

Servicios que poseen en la isla Amantani



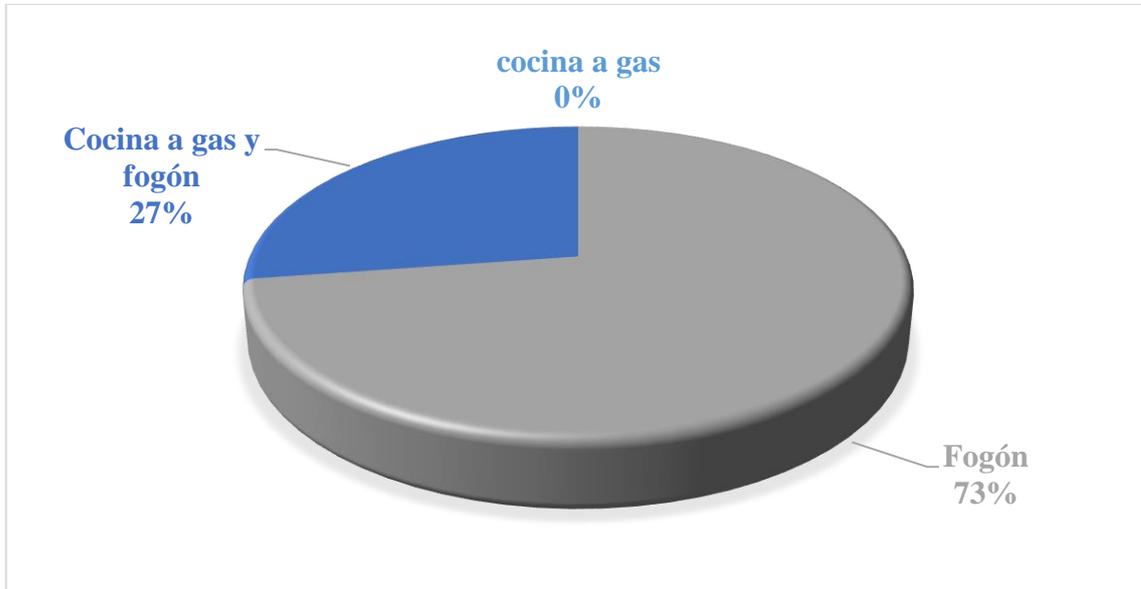
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En la siguiente figura se observa que del total de encuestados, el 58% cuenta con panel solar, el 14% con agua potable y panel solar, y el 28% cuenta con baño y panel solar, los pobladores indicaron que la mayoría posee con panel solar porque la Municipalidad y la empresa Electro Puno facilitaron con la finalidad de dar una mejora en la isla, es un aporte que directamente beneficia a las familias, como también indirectamente a los turistas, se considera que la energía es un factor muy importante y básico, al menos en las habitaciones, así poder lograr un nivel de satisfacción positivo. El otro porcentaje solo cuenta con baño porque ellos viven en zonas más alejadas de la isla y un mediano porcentaje dijo que cuentan con agua potable y panel solar porque esto ya está en proceso ya que están empezando con la instalación de tuberías para ello, esto básicamente coadyuva a un interés mayor no solo por parte del residente local en la mejora continua de sus servicios sino en la elección y contacto de las principales Agencias de la ciudad de Puno.

4.3.1.2. Salud y educación.

Figura 9

Acondicionamiento de las cocinas en la isla Amantani

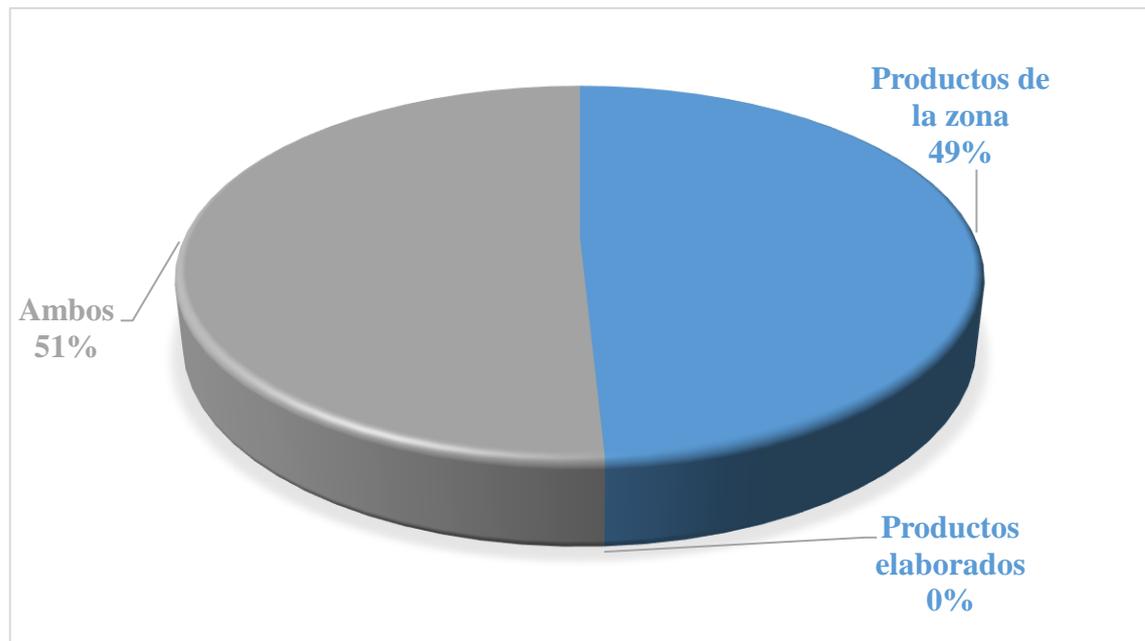


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

De acuerdo a la figura presentada se obtiene que, un 73% 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 puedan encontrar leña seca; un 27% de los encuestados manifestó que sólo tienen cocina fogón porque indicaron que ya no realizan gastos extras.

Figura 10

Insumos empleados para la elaboración de sus alimentos



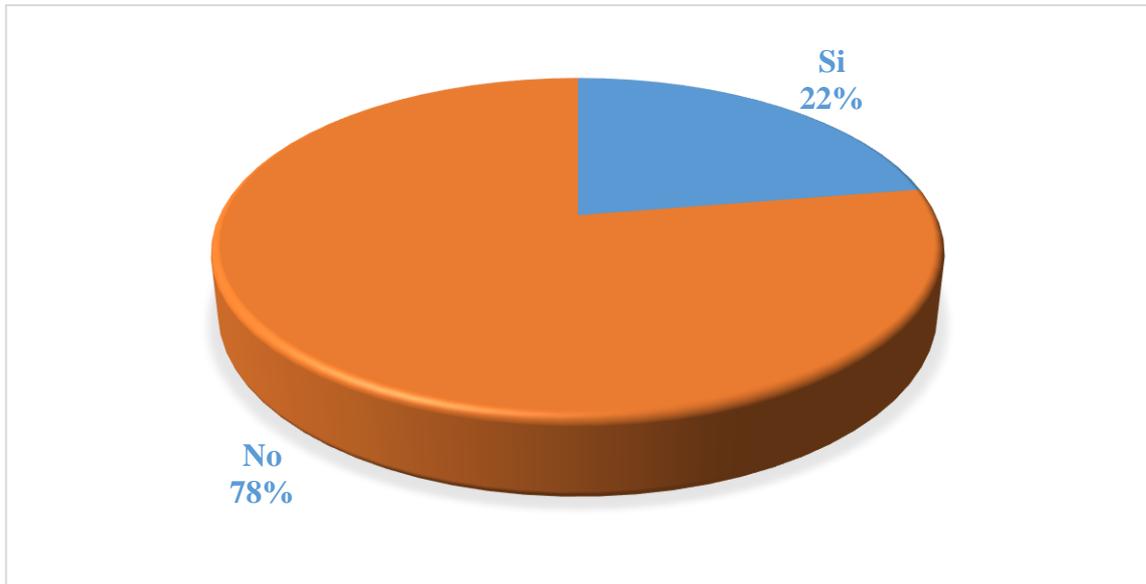
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

En la figura se observa que, el 51% de los encuestados manifiesta que utilizan productos elaborados y de la zona tales como arroz, fideo, pollo o carne; un 49% 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; la papa, el maíz, quinua, etc. Es decir que a pesar de todos los beneficios que pueda brindar la oportunidad de trabajar con el turismo los pobladores han mantenido el trabajo principal y fundamental de seguir auto produciendo sus propios alimentos mediante la actividad primaria de la agricultura.

Sin embargo, por los resultados obtenidos se deduce que la mayoría de los pobladores, aunque sea tan solamente una diferencia de 2%, 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, pero esta diferencia es mínima.

Figura 11

Decisión de hijos en la elección del lugar de estudio

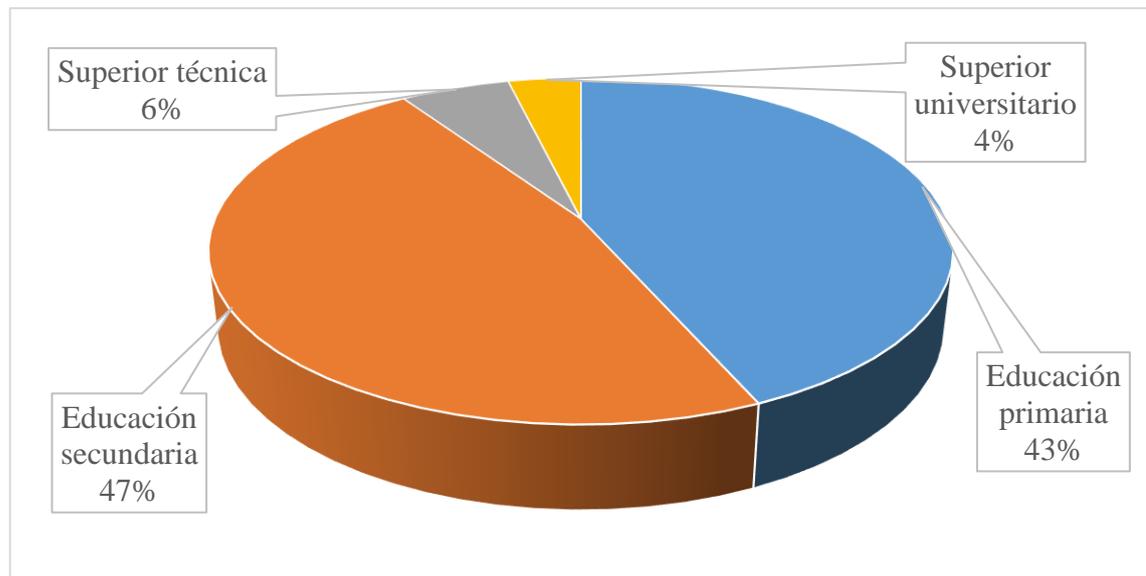


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Lo que se muestra en la figura de arriba es que el 78% los hijos de los pobladores de la isla de Amantani decidieron no estudiar en la ciudad, puesto que cuentan con Centros Educativos de los tres niveles (inicial, primaria, secundaria), mientras que el 22% si decidieron estudiar en la ciudad, los hijos de la mayoría de los pobladores no decidieron estudiar en la ciudad por factores económicos considerando que los ingresos económicos en la isla Amantani no son altas para cubrir la educación presencial a distancia de sus hijos, y también adicionando que ellos tienen que ayudar a sus padres en diferentes actividades generalmente agrícolas. sin embargo; los hijos de los pobladores que decidieron ir a estudiar a la ciudad optan por una mejora de la calidad de vida en un futuro.

Figura 12

Grado de instrucción de los pobladores de la Isla Amantani

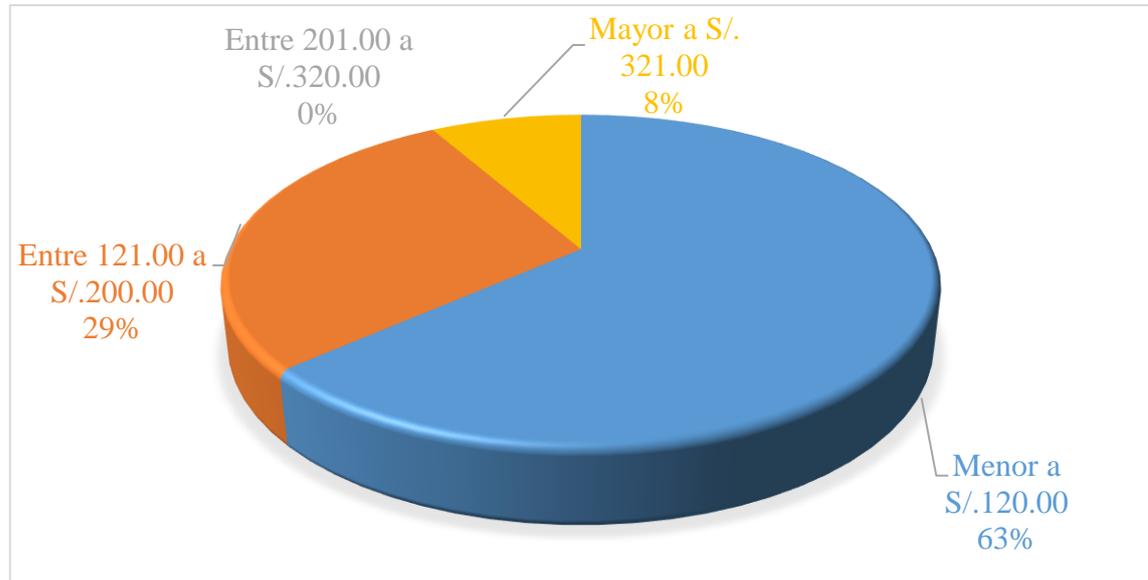


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Se observa que el nivel de instrucción de las familias involucradas en la actividad turística de la isla Amantani, el mayor porcentaje de la población cuenta con una educación secundaria con un porcentaje de 47%, esto les permite tener conocimientos básicos en diferentes áreas y así poder administrar sus emprendimientos de forma general; seguido del nivel de educación primaria con un 43%, y un 4 % de la población se encuentra 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 6% de personas con educación técnico superior al igual que en las carreras universitarias optan por carreras que estén alineadas al turismo, cabe resaltar que en la entrevista hemos visualizado a pocas personas analfabetas. Lo cual nos indica que la actividad turística ha impulsado a la juventud a estudiar y obtener la superación personal.

Figura 13

Promedio mensual de inversión en la educación de sus hijos

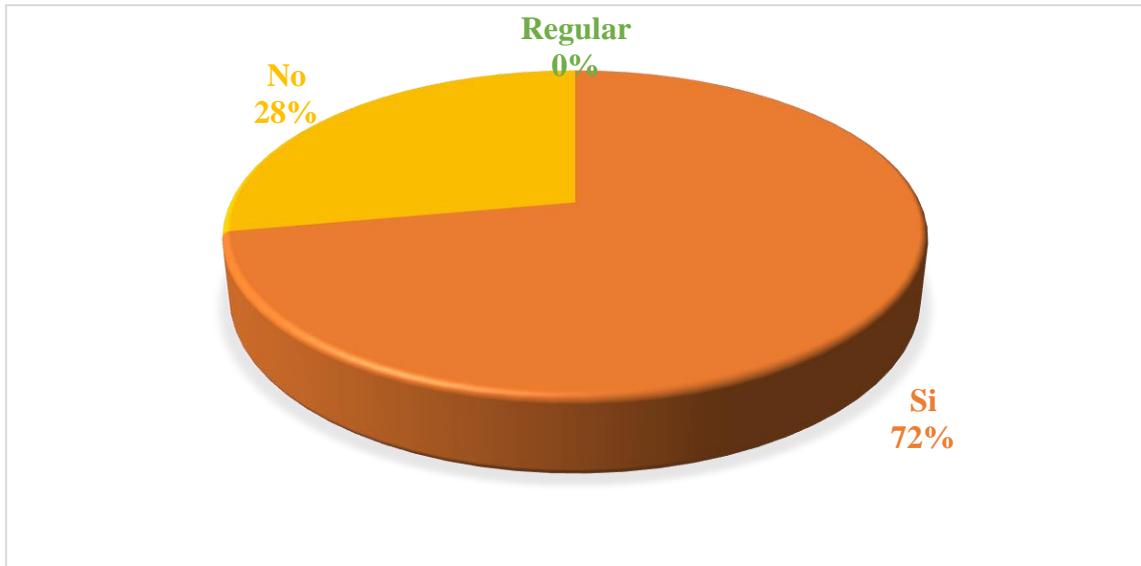


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

De la figura se puede afirmar que, la mayoría de la población encuestada, que representa un 63% del total, invierten en la educación de sus hijos con una inversión menor a S/. 120.00, esto se debe a que generalmente estudian en instituciones educativas del estado; seguido del 29% de los emprendedores cuya inversión para la educación es entre S/ 121 a S/ 200 y finalmente un 8% de los pobladores invierten mayor a S/.321, Esto debido la decisión de los hijos a continuar estudios superiores indicando que sus hijos salen a estudiar a la universidad o a diferentes institutos de la ciudad de Puno.

Figura 14

Decisión en estudiar la carrera de turismo por parte de los hijos



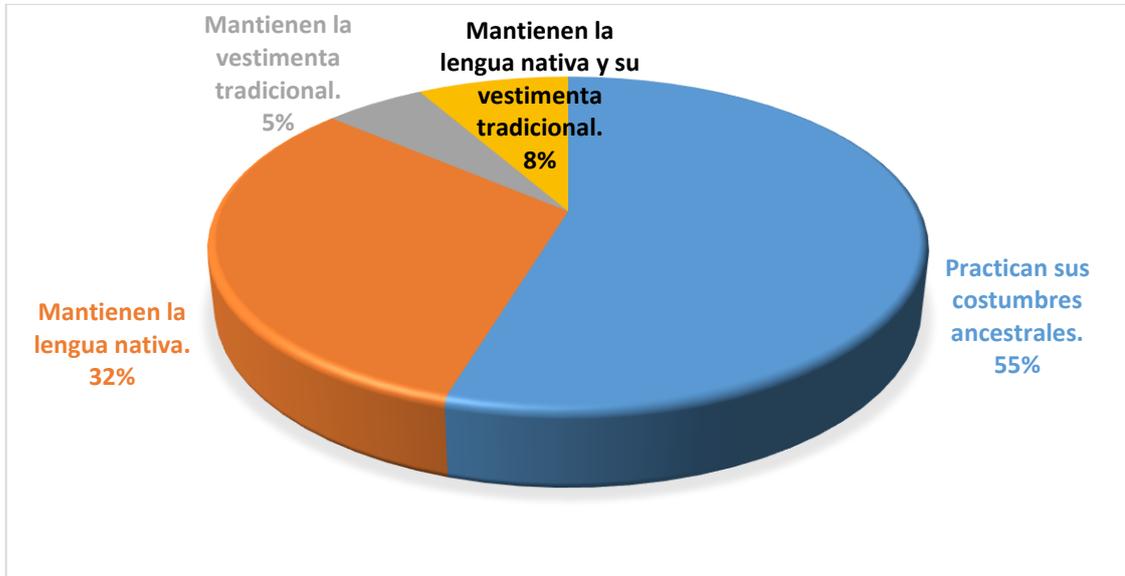
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Los resultados de la figura nos muestran claramente que, el 72% decide estudiar turismo esto se debe a que ellos tienen un contacto directo y trabajan con dicha actividad y desean mejorar sus servicios, mientras que el 28% de pobladores no decide estudiar turismo debido a que optan por otras carreras las cuales pueden ser de las diferentes áreas como sociales, biomédicas o ingenieras optan por esas áreas por considerarse de mejor rango, según los entrevistados.

4.3.1.3. Aspectos socioculturales

Figura 15

Actividades realizadas para mantener la cultura



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

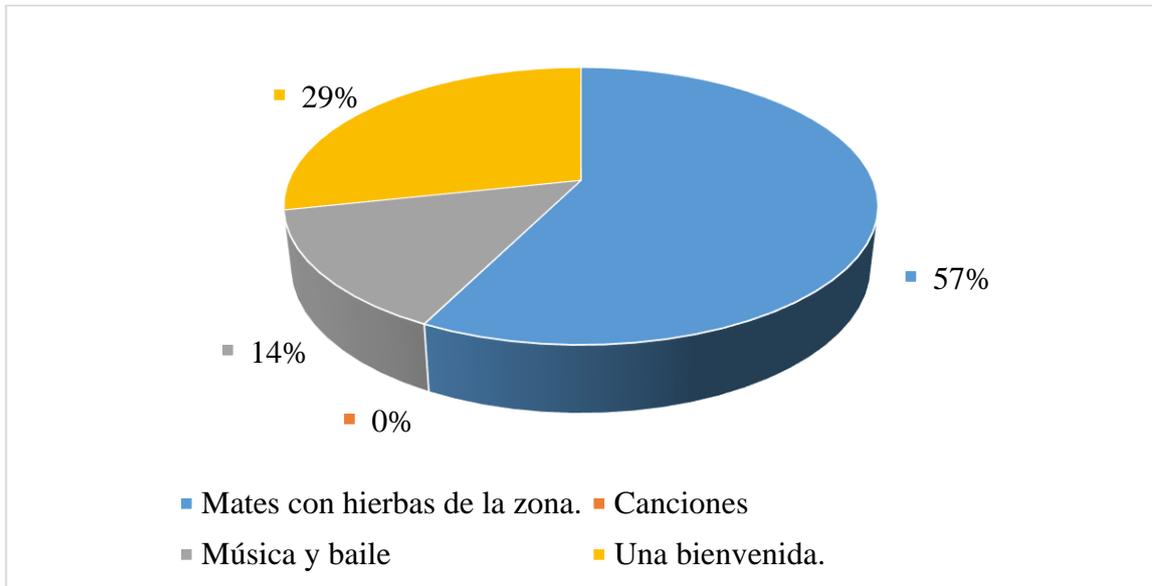
El 32% de los encuestados afirma que una de las acciones principales para conservar su cultura, es que mantienen su idioma nativo (quechua), mientras que el 55% del total de entrevistados afirmó que practican sus costumbres ancestrales que heredan de generación en generación, un claro ejemplo y el más resaltante es el pago a la pacha mama, un 8% revela que mantienen la lengua nativa y su vestimenta tradicional a la vez para conservar su cultura, finalmente un 5% consideran importante mantener su vestimenta tradicional con la finalidad de conservar su cultura y folclore.

Es así que la actividad turística ha sido un factor de incidencia muy importante en este aspecto ya que, ha hecho que se organicen para conservar sus costumbres y valoren más las tradiciones, su lengua originaria, su vestimenta; Puesto que, según el perfil de los turistas, estos valoran más lo auténtico, lo natural, lo no actuado; es por ello que realizan

la práctica del turismo rural comunitario; siendo participes directos en su forma de vida cotidiana de los residentes locales.

Figura 16

Forma de recepción al turista en los emprendimientos

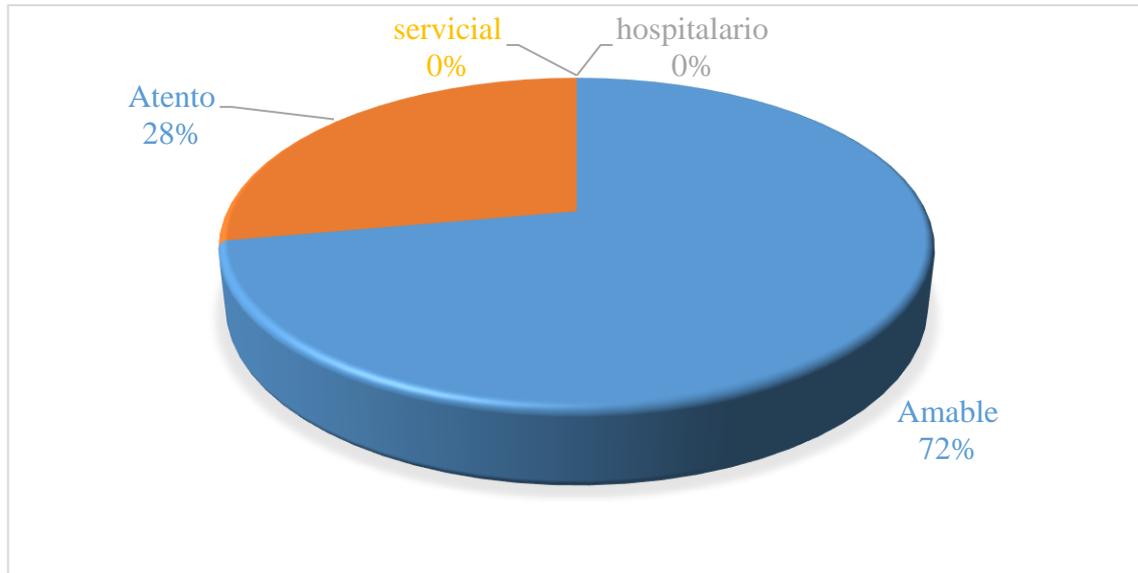


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

La figura muestra una totalidad de actividades en la recepción del visitante, con la finalidad de que este se sienta como en casa y logre una satisfacción personal de su visita y llevarse un recuerdo inolvidable no solamente de la naturaleza que le brinda la isla sino también del calor humano, esto con la intención de lograr su recomendación, dado que el 57% de los encuestados indican que la recepción de los turistas en sus emprendimientos lo realizan brindándoles infusiones calientes compuestas por hierbas naturales de la zona por ejemplo la muña, indicándoles su representatividad en la isla y el significado medicinal para contrarrestar el mal de altura, por otro lado, un 14% indican que reciben a los turistas con música y baile para ellos los invitan a las peñas bailables como complemento, y finalmente el 29% los reciben solo con una bienvenida calurosa como familia esto se cuándo los reciben en el puerto o los turistas que llegan por su cuenta.

Figura 17

Comportamiento del poblador frente al turista



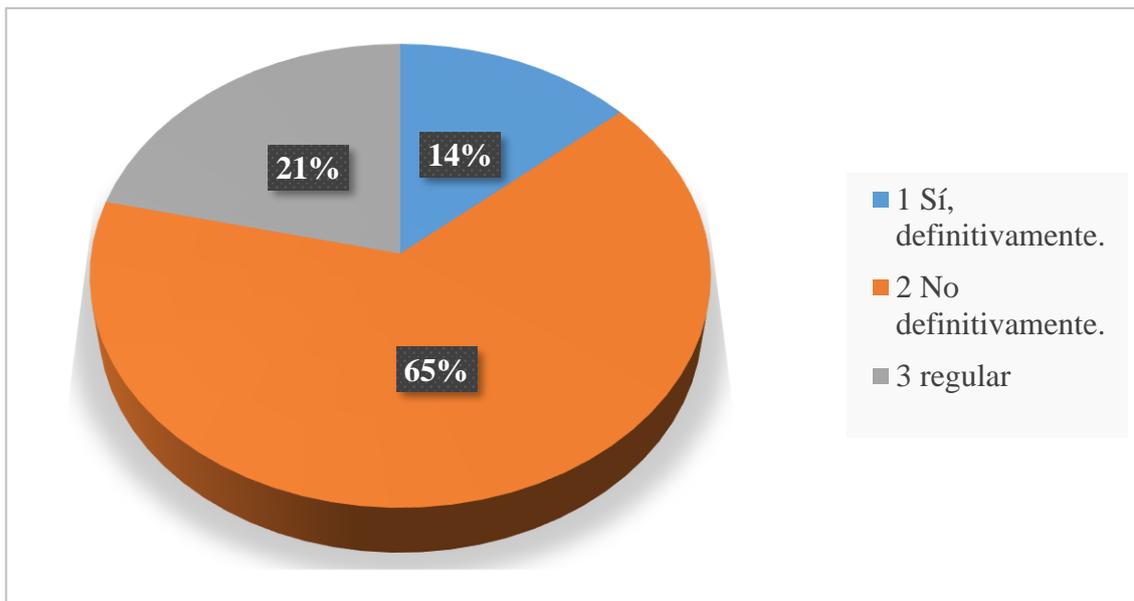
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según se muestra en la figura, el 72% de los encuestados afirma que el comportamiento de los pobladores de la isla Amantani hacia o frente al turista que los visita es de tener una actitud que sobrepasa general y principalmente en la amabilidad dando énfasis en que es la actitud que marca la primera impresión en cualquier lugar, mientras que el resto del total que representa el 28% afirma también una actitud positiva que es atenta, dado que, siempre están pendiente de las necesidades o consultas que podrían solicitar los turistas.

Cabe destacar que ninguno de los pobladores manifestó que su comportamiento era receloso o sin muestra de interés (comportamiento o actitud negativa). Los emprendedores han aprendido, aceptado, adaptado y puesto en práctica que el buen trato, la amabilidad y mostrarse servicial hace que los turistas compren más productos artesanales, por un lado, y por otro conseguir como consecuencia la recomendación la isla y su casa a sus amigos y familiares una vez que vuelven a sus lugares de origen.

Figura 18

El turismo y la pérdida de identidad



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

La figura en la parte superior indica que del total de encuestados, 65% de los pobladores consideran que el turismo y sus actividades no provocan la pérdida de identidad, de contrario los ponen en revaloración, ya que ellos siempre practican sus costumbres, mantienen su lengua nativa, sabiendo que es uno de los atractivos adicionales que el visitante busca; es decir, que el turismo ha afectado positivamente en este aspecto, por otro lado el 21% de los encuestados indican que es regular ya que algunas personas han cambiado su forma de vestir, como también usar productos elaborados para la preparación de sus alimentos, finalmente un 14% indica que el turismo genera una pérdida de identidad, por los cambios mostrados en las casas convertidos en alojamientos y a nivel estético de los pobladores; la respuesta negativa se da generalmente por aquellas familias o pobladores que no tienen o su participación en el turismo es mínima.

Figura 19

Migración de los hijos de los pobladores



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El tema de migración de la población (población joven, hijos de pobladores) local es uno de los problemas en todo contexto a nivel mundial, especialmente de la población joven, ya que la mayor parte de la población de la Isla de Amantani son adultos, no notando la presencia de muchos jóvenes; y además uno de los objetivos o pilares del Turismo Rural Comunitario en el Perú, es de "contribuir a la reducción de la migración en las poblaciones rurales", es decir, que con el turismo esto debería motivar a los jóvenes a ser parte de ella, no en su totalidad pero por lo menos disminuir las cifras de migración.

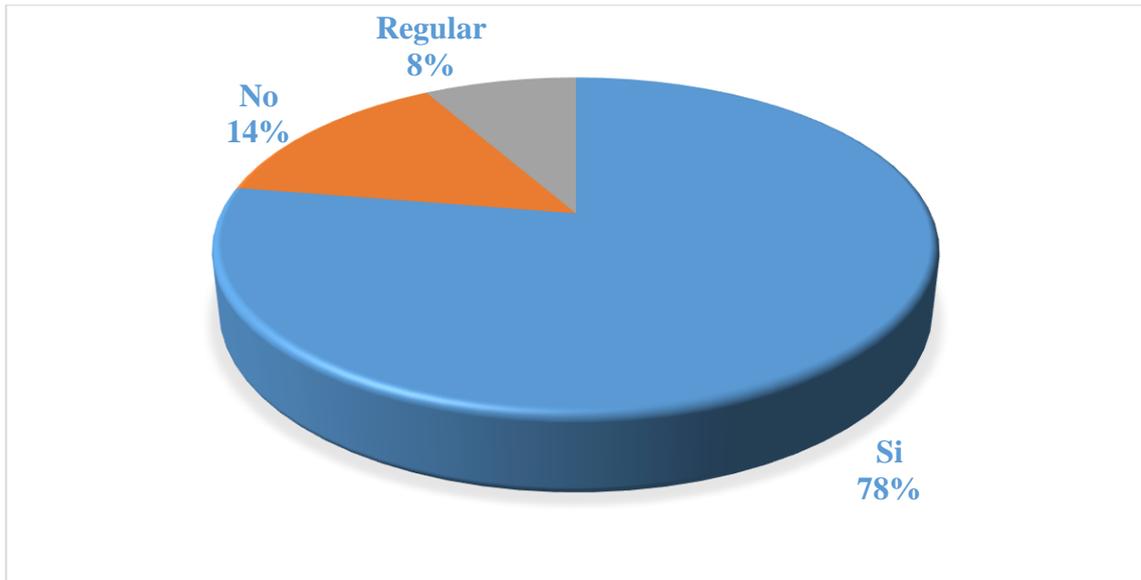
Sin embargo, los resultados indican que el 44% de los encuestados afirman que ha aumentado el nivel de migración juvenil debido a buscar un mejor trabajo, motivos de estudios, entre otros. El 43% de encuestados indica que sigue igual ya que la mayoría se dedica al turismo y el 13% indica que ha disminuido porque algunos pobladores ya tienen o forman su familia y deciden quedarse a trabajar en la isla.

4.3.2. ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA EN EL ASPECTO ECONÓMICO.

4.3.2.1. ingresos y empleo

Figura 20

Turismo como principal fuente de ingresos económicos

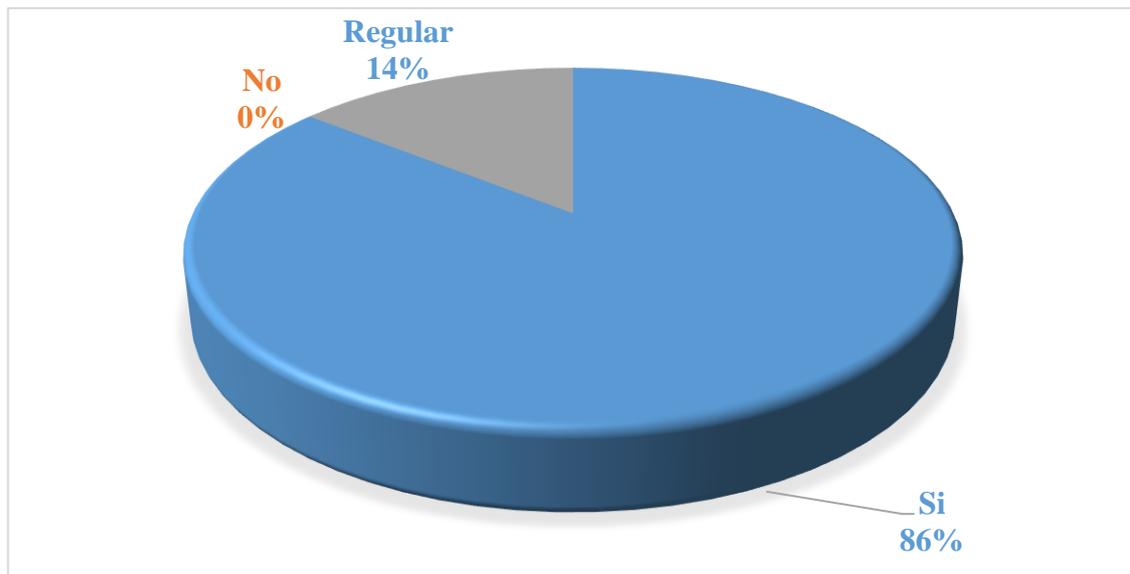


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En la figura se puede observar que, el 78% de los pobladores encuestados indican que la actividad turística es su principal fuente de ingresos económicos puesto que, ellos se dedican netamente y directamente a dicha actividad, y con el pasar del tiempo lo han visto como una oportunidad potencial en la mejora de la calidad de vida, en tal sentido esta actividad ha contribuido positivamente en el aspecto económico de las familias siendo muy importante dicho resultado; mientras que el 14% de los pobladores encuestados indica que no es su principal fuente de ingresos dado que estos se dedican a otras actividades en la ciudad y solo permanecen un tiempo corto en la isla por motivos de visita; finalmente el 8% de encuestados afirman que es regular el ingreso económico proveniente del turismo dado que tienen que dedicarse y complementarlo con otras actividades aparte de la actividad turística para sustentar la canasta básica familiar.

Figura 21

Servicios básicos para la atención de visitantes en los emprendimientos



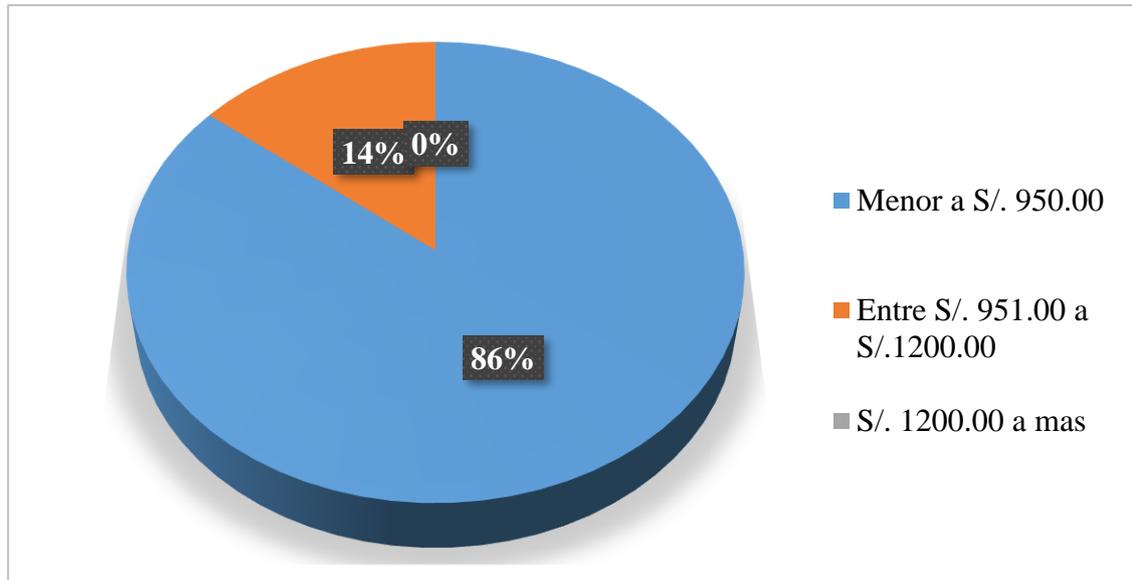
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

La actividad turística ha ido evolucionando año a año y en consecuencia también las necesidades de los visitantes, es decir, que los emprendimientos en la actualidad necesariamente deben contar con todas las facilidades tanto de bienes y servicios para lograr la satisfacción del turista como resultado final en calidad turística.

En tal sentido en la figura se observar que, el 86% de los encuestados manifiestan contar con todo lo necesario para brindar una buena atención al turista, en cuanto al trato desde la bienvenida, el acondicionamiento de su isla; los hospedajes rurales cuentan con habitaciones cómodas hechas en base a materiales locales y la alimentación que preparan los restaurantes (cocina familiar) cuentan con un estándar requerido para la atención a un turista, esto gracias a las capacitaciones recibidas, por otra parte el 14% indica es regular considerando que aún falta adecuar más su casa con lugares para descansar, con habitaciones más amplias, también que les falta aprender más acerca de la elaboración de platos Novo andinos.

Figura 22

Ingreso promedio de los pobladores en la Isla Amantani



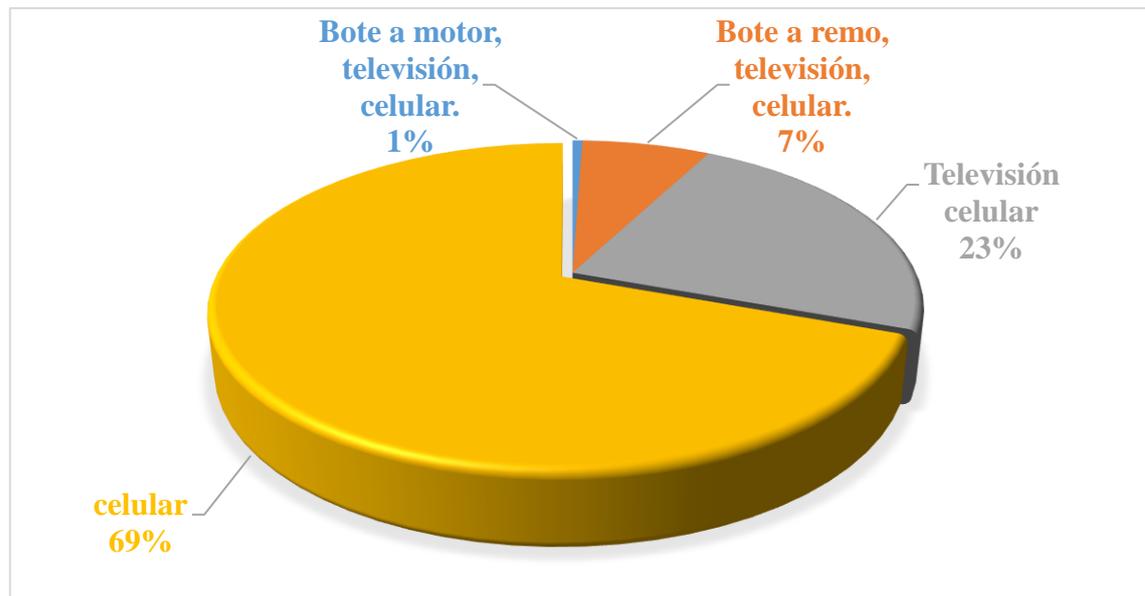
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según la figura presentada se puede observar que, el 86% de los encuestados manifiesta tener un ingreso menor a S/. 950.00 mensuales por parte de la actividad turística, generalmente esto es resultado de las estacionalidades en la afluencia de turistas por meses, como también el sistema rotativo implementado por la población en general (que muchas veces no se respeta) u otros factores. En tanto que otra parte de la población que representa el 14% indican tener un ingreso que va entre los S/. 951.00 a S/. 1200.00 mensuales generados por la interacción turística, que son en su mayoría aquellos emprendedores que han diversificado e implementado muy bien sus servicios tanto de alojamiento, restauración y actividades de turismo rural comunitario, empleando diversas estrategias de promoción que lo diferencian de los demás emprendimientos.

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.

Figura 23

Bienes que cuenta la familia

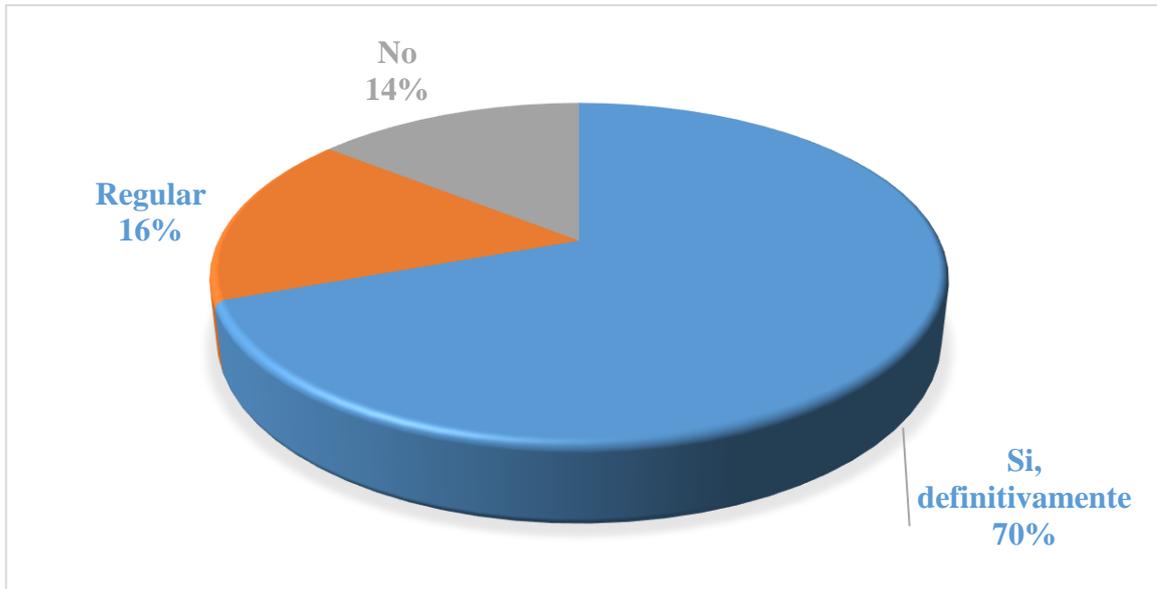


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Tal como muestra la figura, el 69% de la población encuestada cuenta con un teléfono/celular esto como aparato fundamental de comunicación, muy indispensable en la actividad turística actual; ya que, al encontrarse en una isla, solamente por este medio pueden tener contacto con las Agencias de Viajes y Turismo, guías turísticos o los mismos turistas para coordinar diferentes aspectos antes del arribo de los visitantes o solución de inconvenientes. Por otro lado, se observa que el 23% cuentan con televisor y celular, sin embargo no se tiene señal abierta en cuanto a canales televisivos; mientras que el 7% cuenta bote a remo televisión y celular en lo cual indican que el bote a remo lo usan para poder realizar la actividad de la pesca artesanal o como complemento turístico si el cliente lo solicita; y el 1% cuenta bote a motor, televisor y celular estas personas encuestadas dijeron que cuentan con bote a motor porque trabajan en el transporte lacustre de la isla Amantani hacia Capachica o la ciudad de Puno.

Figura 24

Empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores de la actividad turística

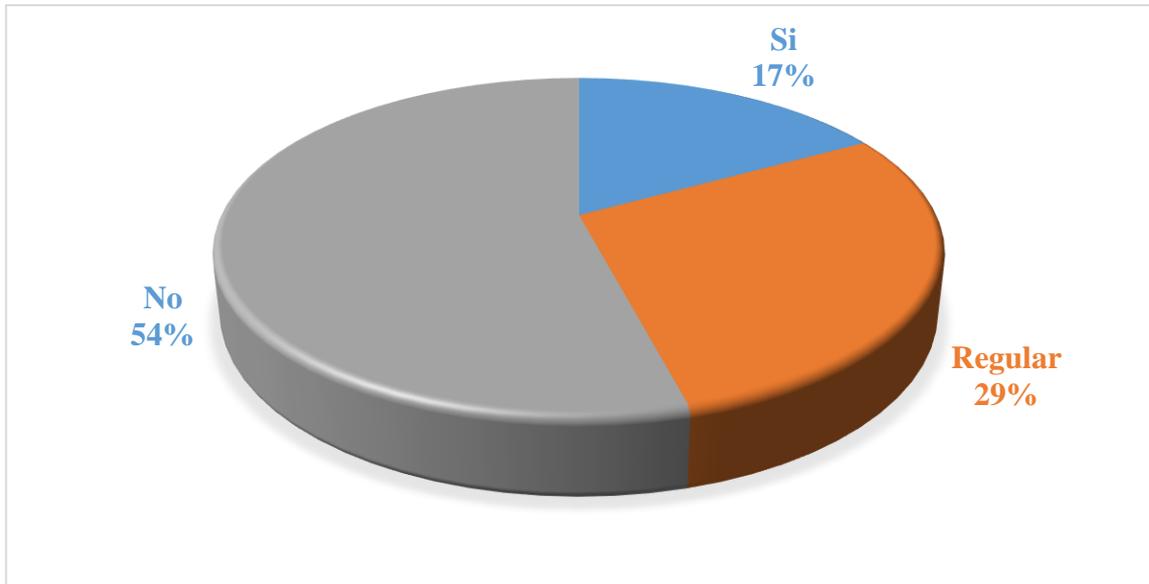


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Tal como se muestra en la figura, el 70% de los pobladores encuestados indican que definitivamente la actividad turística genera amplias oportunidades de desarrollo y empleo competente para los pobladores, en consecuencia es un efecto positivo, es así que los emprendedores han visto al turismo una oportunidad para crecer económicamente, utilizando sus habilidades en artesanía, sus costumbres, su forma de vida; un trabajo que involucre a toda la familia, para lograr una satisfacción colectiva tanto residente local como la del turista. Sin embargo, un 16% 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 o no se cumple con la rotación de comunidades; donde solamente son beneficiados algunas familias en la recepción de muchos turistas por tener contacto con Agencias de viajes o guías de turismo, mientras las otras comunidades o familias quedaban relegadas y el 14% indican que no genera oportunidades.

Figura 25

El turismo y la incidencia en los precios y costo de vida

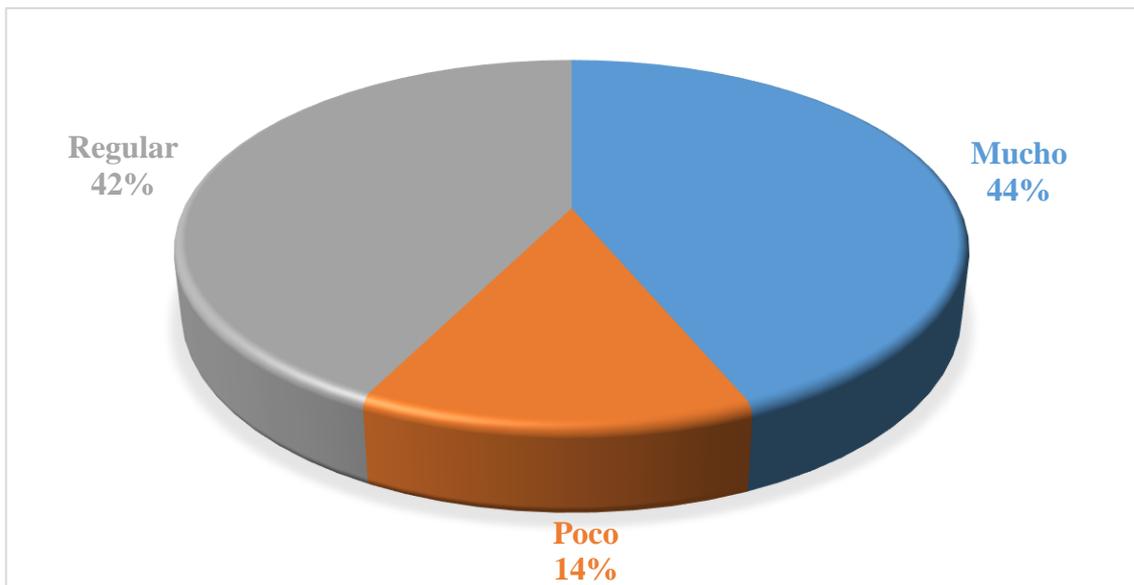


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Según la figura mostrada, el 54% de encuestados afirman que la actividad turística no ha aumentado los precios en la isla para la población local, indican que los precios se han mantenido igual, con la particularidad de diferenciación de precios hacia los turistas nacionales o extranjeros. Sin embargo, el 17% de los encuestados afirman que, si ha incrementado el coste de vida con la actividad turística ya que varios productos subieron de precio e incluso el valor de los predios en la isla, por la rentabilidad que ha generado las divisas extranjeras y el turismo. Finalmente, el 29% nos indica que, si aumentaron regularmente en algunos productos elaborados, esto debido a la presencia de turistas y creación del estereotipo de que los visitantes poseen mayor dinero por tanto los productos se sobrevaloran.

Figura 26

El turismo y la comercialización de bienes y servicios



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En la figura presentada en la parte superior se muestra que, el 44% de la población encuestada manifiesta que el turismo produce mucho aumento en la comercialización de bienes y servicios, permitiéndoles obtener mayores ingresos económicos; mientras que el 42% indica que el turismo produce regular 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 Facebook o contactos con agencias de viajes, haciendo sus reservas durante todo el año, no se ha dado equitativamente para todos, es por ello que algunos consideran que hubo poco aumento.

En resumen, la actividad turística en la isla Amantani 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 existían sólo de la pesca, agricultura y ganadería. Considerando a la actividad turística su principal fuente de ingresos 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 para futuras generaciones. 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. Ya que los pobladores no están de acuerdo con las reglas que las agencias de viaje les imponen.

4.4. PROPUESTA ESTRATEGICO PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA POBLACIÓN DE LA ISLA AMANTANI

Una vez conocidos los beneficios y costos socioeconómicos que genera el turismo rural comunitario como consecuencia entre el intercambio de los residentes locales (oferta) y los turistas visitantes (demanda) en las familias o emprendimientos de la Isla Amantani como objeto de estudio de la presente investigación.

Como profesional en turismo se propone como justificación para mejorar las condiciones de vida del residente por otro lado también la experiencia del turista en la actividad turística, un conjunto de estrategias, todo ello para favorecer al desarrollo futuro de un modelo de gestión de turismo rural en dicha isla. Este propósito es resultado del trabajo de campo (observaciones, entrevistas y resultados obtenidos) donde, se muestren aspectos necesarios para la planificación de las decisiones iniciadas en esta actividad.

Se ha notado la existencia de la poca participación de los propios pobladores rurales para la elaboración de iniciativas y/o estrategias colectivas en la actividad del turismo en donde se contemple las necesidades que tienen ellos mismos, así como el prototipo de negocio o emprendimiento real que deseen desarrollar, considerando factores externos que se adapten a ellos.

Estrategias propuestas por la investigadora:



- Para un modelo de gestión de actividades de turismo rural comunitario adecuado en la Isla Amantani se tiene y debe de considerar, en primer lugar, la característica y la cosmovisión de las culturas de las comunidades propias, es decir su autenticidad sin sufrir ninguna modificación que altere la esencia social, por tanto, en el aspecto económico y social se tiene que planificar y elaborar con la participación activa y conjunta de los pobladores que practican el turismo de Amantani, la filosofía del oficio turístico rural, para que a partir de ellos se analice y aterrice la forma de turismo rural que ansían emprender o mejorar por parte de los pobladores, sin tener que enfrentar los objetivos individuales como persona y los objetivos colectivos como comunidad.
- Considerar los conocimientos y capacidades entre la amplia experiencia de los pobladores rurales en la administración de su territorio como herederos legítimos de su cultura, en tanto a sus actividades cotidianas no deben dejar de practicarse puesto que es un añadido a la oferta turística, así como en su conocimiento profundo de los usos de la biodiversidad que los rodea, con el complemento de los conocimientos básicos en gestión y administración de negocios adquiridos mediante capacitaciones del sector público o privado. Es decir, que los pobladores de Amantani como eje principal de esta actividad no sean visto simplemente como una división de roles, como solamente receptores de turistas, sino más bien como un aprendizaje mutuo (poblador, turistas, intermediarios, etc.) también una estrategia de negocio para poder obtener beneficios. De esta forma hacer eficiente el proceso de gestión comunitaria turística y generar confianza para el aumento de la demanda turística ya sean, locales nacionales o extranjeros.
- Concebir al turismo rural comunitario y sus actividades locales de la Isla Amantani como parte de una estrategia integral de desarrollo y crecimiento en los



pobladores. En parte, se debe considerar al turismo rural no sólo como una actividad económica de generar ingresos, sino también, se debe tomar en cuenta la sostenibilidad de los recursos, atractivos y el medio ambiente tal como los pobladores lo indican en las diferentes encuestas y entrevistas realizadas (que el dinero no es lo más importante, sino que también su bienestar individual y social visto desde la tranquilidad, con la naturaleza y sus costumbres). Y lo otro, debe promover la actividad agropecuaria, diversificando sus productos, para la subsistencia de las generaciones, y generar más opciones para el visitante tanto en actividades como satisfacción visual, todo ello para un aumento en el interés de visitarlos por parte de los turistas (demanda turística).

- Insertar en sus emprendimientos alianzas estratégicas colectivas como una sola comunidad (Isla Amantani) entre los diferentes actores tales como, (comunidad, instituciones públicas, operadores de turismo, empresas privadas y otros), lo cual hace que las probabilidades de éxito sean positivas, no solamente para la oferta sino para la demanda con un servicio de calidad y futura recomendación del lugar. Donde el logro de objetivos colectivos comunes, el manejo del conflicto y la negociación de los intereses de los grupos involucrados sea en beneficio de todos los involucrados.
- Motivar una eficiente organización y gestión entre familias para brindar servicios con precios razonables las cuales generen utilidades; como también beneficios de calidad para el visitante, es decir fortalecer el equilibrio económico que genera el turismo en vista diferentes como un factor importante que motiva a realizar cualquier actividad turística con beneficios colectivos e individuales, con esto reducir algunos problemas internos entre pobladores y/o empresas – pobladores que muchas veces reducen la afluencia de turistas para algunas comunidades.



- Añadir como un atractivo intangible en toda la permanencia de los visitantes al “trato amable”, no solamente como emprendimiento individual sino como actitud colectiva total, de quienes participen directamente con el turismo como de aquellos personajes que no lo hacen; ya que también al ser el turismo una actividad tan sensible, puede de alguna u otra manera dañar la imagen del destino según la percepción del visitante o turista, muchas veces el servicio puede ser de calidad y satisfactorio, pero basta una mala actitud observada por el turista para que dicha satisfacción cambie.
- Aplicar el uso de los medios tecnológicos adecuados a la actualidad con el fin de brindar una difusión de la Isla Amantani como atractivo principal en general, el cual beneficie a todos los pobladores residentes; así como la creación de páginas web de emprendimientos individuales donde se muestren imágenes e información de atractivos y servicios ofrecidos por el emprendedor, ya que la mayoría usa tan solamente la red social Facebook como una página simple o perfil del emprendimiento. Adaptar el alojamiento o servicios ofertados a todas las redes existentes y posterior a ello interactuar con el visitante en dichas redes como una estrategia de promoción gratuita y más eficiente ya que está al alcance de cualquier usuario del mundo.
- Reactivar el museo de la Isla Amantani ubicado entre los templos de Pacha Mama y Pacha Tata, esto con el objetivo de brindar un servicio o añadido a la caminata realizada y conducida por los guías turísticos y turistas visitantes, esto con un enfoque que beneficie económicamente a toda la población de la isla, similar a las tiendas artesanales comunales de la Isla de Taquile.

4.5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS SOCIOECONÓMICOS DEL TURISMO EN LA ISLA AMANTANI

Tabla 3

Observaciones y Parámetros aplicados para la evaluación de incidencias sociales del turismo en la isla Amantani

OBSERVACIÓN	PARÁMETRO	DESCRIPCION	RESULTADOS
Participación en las políticas públicas de apoyo social.	Financiamiento	Transferencias y subsidios recibidos para el desarrollo de los emprendedores.	Se Trabaja conjuntamente con la municipalidad del lugar y cuenta con la ayuda de la ONG
	Educación	Formación / capacitación adecuada.	Se posee algunas capacitaciones de la DIRCETUR y la municipalidad.
Contribución en el desarrollo social de los pobladores que conforman la isla.	Empleo	Para las familias emprendedoras de la isla. Condiciones de trabajo justas y equitativas.	Se trabaja en conjunto familiar.
	Salud	Protección y atención de calidad para la población.	Posee con posta de salud.
Participación en el desarrollo social y cultural de la isla.	Asistencia familiar.	Trabajar para uno y sus familias satisfactoriamente.	Incrementan su ingreso familiar y a la vez mejoran su calidad de vida.
	Asistencia poblacional.	Involucrados e interesados en el desarrollo de la población.	Las agencias de viaje coordinan con la población para brindar un servicio de calidad. Junto con las capacitaciones.

FUENTE: elaboración propia en base a entrevistas.

Tabla 4

Observaciones y Parámetros aplicados para la evaluación de la incidencia económica del turismo en la isla Amantani

OBSERVACIÓN	PARÁMETRO	DESCRIPCION	RESULTADO
Creación directa de ingresos.	Importancia económica del turismo en la isla Amantani.	Organización por parte de la población para la presentación de la oferta turística.	Pobladores de la isla Amantani dedicados netamente a la actividad turística.
	Genera el autoempleo.	Elaboración de artesanías. Preparación de alimentos Novo andinos.	La principal fuente de ingresos se da gracias a la actividad turística.
	Apoyo a la actividad turística es decir la oferta turística.	Principalmente el hospedaje rural, alimentación y actividades complementarias.	Empleo familiar integral en el cual el turista se lleva una experiencia inolvidable del lugar.
	Dependencia de ingresos por el turismo.	El principal ingreso de esta actividad lo conforma el turista (extranjero, nacional y local)	Los ingresos se incrementan considerablemente en temporadas altas.
creación indirecta de ingresos	Impacto de mayor actividad turística.	Beneficia básicamente a la población dedicada a la actividad turística.	El turismo en la isla Amantani es generador debido a poseer un efecto en la distribución de su oferta turística
	Implicación de la estructura con respecto a actividad económica por el turismo.	Las actividades económicas se han diversificado.	Se involucra también en el transporte acuático, la artesanía y otras actividades
	Los beneficios económicos se distribuyen por grupo de población.	Comunidades organizadas en conjunto con toda la isla.	Se da un trabajo en conjunto.

FUENTE: Elaboración propia en base a entrevista.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: El análisis de la incidencia social por la actividad turística en la isla Amantani, nos muestra una organización social ordenada por un presidente en representación de cada comunidad, en cuanto al trabajo con las agencias de viaje y de acuerdo a las figuras 5 y 6 nos muestra un porcentaje del 49% considerándolos como buenos aliados, ya que el 45% de las visitas que reciben es a través de una agencia de viajes de la ciudad de Puno. En cuanto a la educación los padres invierten cada vez más en la formación académica de sus hijos y estos a su vez generalmente optan por estudiar la carrera de turismo por estar relacionada al rubro empresarial como se muestra en la figura 14 representando un 72%; existe cada vez menos migración por parte de la población joven. Finalmente, el 43% de los encuestados manifiestan que gracias a la actividad turística conservan su cultura y tradiciones.

SEGUNDO: de acuerdo al análisis del impacto económico por la actividad turística en la isla Amantani, se observa que el 70% de los encuestados afirman que, el turismo genera oportunidades de empleo como también el desarrollo de capacidades para los pobladores, así también el incremento de sus ingresos económicos percibidos. Un 78% considera que, la actividad turística se ha convertido en su principal ingreso económico, teniendo un ingreso promedio mensual de 950 soles el cual representa un sueldo mínimo y que ha ido incrementando con el crecimiento de la afluencia de turistas, lo que les permitió mejorar su calidad de vida y destinar mayor atención a su salud y educación.

TERCERO: La isla Amantani requiere de nuevas e innovadoras estrategias para el incremento de cifras de arribos, por ello se propuso la reactivación del museo en el centro cultural Pachatata, Aplicar el uso de los medios tecnológicos adecuados a la actualidad, Añadir como un atractivo intangible en toda la permanencia de los visitantes, Propiciar



una eficiente organización y gestión entre las familias, insertar alianzas estratégicas, Concebir al turismo rural comunitario y sus actividades locales de la Isla Amantani como parte de una estrategia integral de desarrollo y crecimiento en los pobladores, Considerar los conocimientos y capacidades entre la vasta experiencia de los pobladores rurales en el manejo de su territorio entre otros todo ello ayudara a que se pueda incrementar los ingresos económicos de los pobladores de la isla Amantani a la vez generar mayor afluencia de turistas extranjeros y nacionales.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: A las autoridades que representan a la población de la isla Amantani, entidades ligadas al sector turístico y agentes de viaje de la región Puno, se les recomienda implementar estrategias para la mejora competitiva del turismo y con ello llegar a un acuerdo sobre la distribución de utilidades para obtener un equilibrio económico entre agentes de viajes y la población, para que se cumpla el efecto multiplicador de la actividad turística.

SEGUNDA: A los residentes realizar u organizar 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 partícipe, para brindar un servicio de calidad manteniendo la originalidad y autenticidad.

TERCERA: Continuar con las capacitaciones, en métodos 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: Se recomienda a los profesionales en turismo tener una actitud innovadora y compromiso frente al desarrollo económico de la isla Amantani, crear más proyectos enfocados en la revaloración de nuestra cultura, y trabajar con una organización conjunta y apoyo mutuo para fomentar crecimiento en diferentes aspectos socioeconómicos y así generar un crecimiento social, económico para lograr una calidad de vida en los pobladores de la isla Amantani gracias a la demanda turística.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguera Orgaz, F. (2014). Los impactos sociales, económicos y ambientales. *Revista critica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.
- Archer, B. (2000). *La economía del sector turístico*. Madrid.
- Ardila, R. (2003). Calidad de vida: Una definición integradora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 161-164.
- Baretje, M. (2000). *El mercado turístico*. Madrid: ESIC.
- Beeton, S. (2006). Community development through tourism. *Collingwood: Landlinks Press*, 256 p.
- Campillo, X. C., Llúrdes Coit, J., & Romagosa, F. (2007). El impacto ambiental y sociocultural del turismo. *Parcerisas*, 57-90.
- Cárdenas, P. J. (2012). *El Turismo como Instrumento de Desarrollo Económico. Un análisis de los factores determinantes*. Jaén: Universidad de Jaén.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: principles and practices*. Pearson.
- Curasma Laurente, G. A., & Huamani Reymundo, W. E. (2020). *Potencialidades del turismo vivencial de la comunidad de Huachocolpa, Huancavelica 2020*. Huancavelica: Repositorio Universidad Nacional de Huancavelica.
- Egusquiza, J. M. (2016). *Turismo e impactos sociales*. Buenos Aires: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.



- Escobar, D. M. (2018). *Análisis del desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local*. Girona: Universidad de Girona.
- Figuerola, M. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo*. Madrid.
- Florez Perez, R. (2012). *Impacto social y ambiental generado por el desarrollo del turismo*. Madre de Dios.
- Fullana, P., & Ayuso, S. (2002). *Turismo sostenible*. Barcelona: Rubes.
- Huanca Solis, k., & Delgado Gonzales, J. (2018). *Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional del Cuzco, 2000 - 2015*. Cuzco: Repositorio UANDINA.
- Iranzo, J. e. (2003). "La demanda en turismo" en Irazo, J.E.: La estructura económica de los mercados turísticos. *Instituto de Estudios Economicos - Madrid*, 59-93.
- Justo Clavieta, F. (2017). *Demanda turística y el impacto socioeconómico de la isla de los Uros 2015 - 2016*. Puno: Repositorio UNAP.
- Mamani Humpiri, N. M., & Morales de la Torre, M. A. (2017). *Impactos socioeconómicos del turismo rural en el distrito de Capachica - 2016*. Puno: Repositorio UNAP.
- Mamani, E. (2015). *Impacto social del turismo rural comunitario en la Comunidad de Luquina Chico del Distrito de Chucuito - 2015*. Puno: Repositorio UNAP.
- Muñoz, A. I., Fuentes, L., & Fayos-Solà, E. (2012). Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 437-449.



- OMT, O. M. (2008). *Glosario Basico de terminos*.
- OMT, O. M. (2011). *Glosario de terminos*.
- Ortiz Lamboggua, J. C. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en America Latina: El caso de Ecuador*. Repositorio Digital FLACSO Ecuador.
- PROMPERU. (2008). *Perfil del Turista Rural Comunitario*. Lima.
- PROMPERU. (2019). *Perfil del turista extranjero que visita el Perú y Puno*. Lima.
- Pulido, J. I. (2008). Turismo y desarrollo económico. *Revista de estudios empresariales*, 1-3.
- Ramirez Covarrubias, R. (2018). *Evaluación potencial en municipios turísticos a traves de metodologias participativas*. Mexico: Universidad de Colima.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo, la comercializacion de servicios - productos y destinos turisticos sostenibles*. Repositorio Universidad Estatal a distancia de Costa Rica.
- Solis Trejo, M., & Cornejo de la madrid, E. (2016). *Impacto económico transversal del turismo en México*. Mexico: Repositorio digital de Michoacana de San Nicolas de Michoacana.
- Sosa Herrera, G. (2018). *Impacto socio económico y el turismo rural comunitario en el distrito de Echarati - la convencion - 2018*. La Convención: Repositorio: Universidad Cesar Vallejo.



Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa*.

Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres.

Vega Naranjo, M. (2016). *Análisis del impacto socioeconómico del turismo y las políticas y las estrategias gubernamentales en el marco de desarrollo del sector turístico ecuatoriano, periodo 2007 - 2013*. Quito: Pontificia Universidad Católica de Ecuador.

Williams, S. (2009). *Tourism geography : a new synthesis*. London and New: Routledge.



ANEXOS



Anexo 1: Encuesta aplicada

ENCUESTA APLICADA

I. INTRODUCCION

Sus respuestas son muy importantes, debido a que su valoración será muy útil para conocer el “demanda turística y el cómo incide en el aspecto socioeconómico de la isla Amantani”. De antemano muchas gracias por su ayuda.

DATOS PERSONALES

¿Cuáles su edad?	<25años		25-35		35-45		45-55		55 - 65		>65 años	
-------------------------	---------	--	-------	--	-------	--	-------	--	---------	--	----------	--

¿Sexo?	Masculino		Femenino	
---------------	------------------	--	-----------------	--

¿Cuál es su estado civil?			
Casado (a)		viudo (a)	
soltero (a)		Divorciado (a)	

¿Cuál es su nivel educativo?			
Educación primaria		Superior técnica	
Educación secundaria		Superior universitario	
Otro (especifique):			

¿Cuál es el nombre de su comunidad?	
Nombre:	
N° de socios:	



II. ASPECTO SOCIAL:

2. a.1. ¿está de acuerdo con La organización en la isla Amantani? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	

2. a.2. ¿Qué tan satisfecho esta con las actividades que realizan en dichas comunidades, tales como mantenimiento de la isla, organización de mejora de los servicios turísticos y limpieza de la isla? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Satisfecho	
Totalmente satisfecho	
Insatisfecho	
Totalmente insatisfecho	

2. a.3. ¿se capacitaron en artesanía, atención al turista, cocina y calidad de servicio para fortalecer su emprendimiento? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	
Regular	

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)	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente desacuerdo	



2. a. 5. ¿Los turistas llegan a su isla mediante? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Una agencia de viajes de la ciudad de puno	
Lo contacta directamente vía internet	
Llegan por su cuenta	

2. a. 6. ¿utiliza páginas sociales tales como redes sociales, página web, etc. para promocionarse? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	

2. a. 7. ¿Con qué servicios básicos cuenta su familia (Marque con una “X” la opción elegida)	
Panel solar	
Agua potable y panel solar.	
Baño y panel solar	
Agua potable	
Baño	

2. a.8. ¿Sus hijos decidieron estudiar en la ciudad?	
Si	
No	

Educación y salud

2. b. 1. ¿Cómo está acondicionada su cocina actualmente? (Marque con una “X” la opción elegida)	
cocina a gas	
Fogón	
Cocina a gas y fogón	

2. b. 2. ¿Qué insumos utiliza para la preparación de sus alimentos? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Productos de la zona	



productos elaborados	
Ambos	

2. b. 3. ¿Cuál es el promedio de inversión mensual para la educación 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. 4. ¿los hijos de los pobladores de la isla optan por estudiar la carrera de turismo? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	
Regular	

Aspectos culturales:

2. c. 1. ¿Qué actividades realizan para conservar su cultura? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Practican sus costumbres ancestrales.	
Mantienen la lengua nativa.	
Mantienen la vestimenta tradicional.	
Mantienen la lengua nativa y su vestimenta tradicional.	

2. c. 2. ¿Cómo recibe al turista cuando llega a su emprendimiento? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Mates con hierbas de la zona.	
Canciones	
Música y baile	
Una bienvenida.	



2. c. 3. ¿Cómo se comporta el poblador de la Isla hacia el turista? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Amable	
Atento	
Hospitalario	
Servicial	

2. c. 4. ¿Cree usted El turismo provoca la pérdida de la identidad cultural? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Sí, definitivamente.	
No definitivamente.	
Regular	

2. c. 5. La migración de los hijos de los pobladores de la isla Amantani por diferentes actividades: (Marque con una “X” la opción elegida)	
Ha disminuido	
Ha aumentado	
Sigue igual	

III. ASPECTO ECONOMICO

Empleo e ingresos

3. 1. ¿el turismo es su principal fuente de ingresos para su familia? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	
Regular	
3. 2. ¿Su emprendimiento cuenta con lo necesario para brindar una buena atención al cliente? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
No	
Regular	



3. 3. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Menor a S/. 950.00	
Entre S/. 951.00 a S/.1200.00	
S/. 1200.00 a mas	

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

3. 5. ¿Cree Ud. ¿Que La actividad turística genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo de capacidades para los pobladores? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si, definitivamente	
Regular	
No	

3. 6. ¿El turismo ha causado la suba de los precios en la Isla y que cause el incremento del coste de vida? (Marque con una “X” la opción elegida)	
Si	
Regular	
No	

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

Anexo 2: Recolección de datos y fotografías del lugar de estudio

Figura 27

Recolección de datos en la Isla Amantani



FUENTE: Elaboración propia

Figura 28

Distribución de las encuestas estructuradas



FUENTE: Elaboración propia

Figura 29

Vista de la Isla Amantani



FUENTE: Elaboración propia

Figura 30

Emprendimiento de la Isla Amantani



FUENTE: Elaboración propia

Figura 31

Vista del mirador de la Isla de Amantani



FUENTE: Elaboración propia

Figura 32

Vista de los caminos de la Isla Amantani



FUENTE: Elaboración propia

Anexo 3: Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES		HIPOTESIS
G	¿Cómo incide la demanda turística En el aspecto socioeconómico de la población de la isla de Amantani 2019 – 2020?	Determinar la incidencia de la demanda turística En el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani.	V.I. Demanda turística.	DIMENSIONES	INDICADORES	La demanda turística tiene efecto positivo en el aspecto socioeconómico de la población de la isla Amantani.
				- Individuos con necesidades.	- Servicios. - Culturales. - Sociales.	
				- Ser parte de la comunidad.	- Su gastronomía. - Cultura. - Tradiciones.	
E 1	¿Cómo influye la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani?	Conocer cómo influye de la demanda turística en el aspecto social de la población de la isla Amantani.				La demanda turística influye notablemente en el aspecto social de la población de la isla Amantani.
E 2	¿Cuál es la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani?	Determinar la incidencia de la demanda turística en la economía de la población de la isla Amantani.	V.D. Aspecto socioeconómico.	- Participación en las políticas públicas de apoyo social.	- educación. - Financiamiento	La demanda turística incide considerablemente en la economía de la población de la isla Amantani.
E 3	¿Qué mecanismos se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani?	Proponer estrategias que se debe implementar para el incremento de la demanda turística en la población de la isla Amantani.		- Generación directa de ingresos.	- Dependencia de Ingresos por el turismo. - Generación de Autoempleo.	
				- Participación en el desarrollo social y cultural de las islas.	- Empleo. - Salud. - Asistencia a la familia.	

Anexo 4: Operacionalización de variables

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores
V.I.: Demanda turística.	Es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. (Villasante, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Individuos con necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios. - Culturales. - Sociales.
		<ul style="list-style-type: none"> - Ser parte de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Su gastronomía. - Cultura. - Tradiciones.
V.D.: Aspecto socioeconómico.	Es la consecuencia entre la concentración de turistas, facilidades y servicios; incrementando 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.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en las políticas públicas de apoyo social 	<ul style="list-style-type: none"> - Educación. - Financiamiento.
		<ul style="list-style-type: none"> - Generación directa de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de Ingresos por el turismo. - Generación de Autoempleo.
		<ul style="list-style-type: none"> - Participación en el desarrollo social y cultural de la isla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empleo. - Salud. - Asistencia a la familia.