

**Efectos sociales y económicos generados por inversiones de
Tour Operadoras en Yumani**

**Social and economic effects generated by Tour Operator's
investments in Yumani**

Verónica Ayelén Palao Soza¹

veronica.palao.soza@gmail.com

**Departamento de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de
Administración Turística, Universidad Católica Boliviana "San
Pablo", La Paz - Bolivia**

.....

Resumen

La presente investigación tiene como objeto, la identificación y análisis de los efectos sociales y económicos generados por las Tour Operadoras Crillón Tours, Transturin y Magri Turismo, así como también los factores por los cuales decidieron invertir en la comunidad. Del mismo modo se da a conocer de breve manera la situación en la cual se encuentra Yumani y su actividad turística, realizando un análisis sobre aspectos generales de los pobladores, también las características y experiencias de los turistas que visitan la comunidad; evaluando de esta forma su grado de satisfacción. La metodología empleada es descriptivo correlacional. Finalmente, se concluye que las Tour Operadoras mencionadas, generaron efectos económicos y sociales importantes, mayormente positivos en la comunidad de estudio.

Palabras Clave

Agencia, Comunidad, Isla del Sol, Lago Titicaca, Población, Turismo, Turista.

Abstract

The objective of this research is to identify and analyze the social and economic effects generated by the Tour Operators Crillon Tours, Transturin and Magri Turismo, as well as the factors by which they decided to invest in the community. In the same way, the situation in which Yumani and its tourist activity is found, carrying out an analysis on general aspects of the inhabitants, also the

¹ Licenciatura en Administración Turística, Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

characteristics and experiences of the tourists who visit the community; evaluating their degree of satisfaction. The methodology used is descriptive correlational. Finally, it is concluded that the Tour Operators mentioned, generated important economic and social effects, being mostly positive in the study community.

Key Words

Agency, Community, Sun Island, Population, Titicaca Lake, Tourism, Tourist.



Introducción

Actualmente, el turismo es uno de los principales generadores de ingresos a nivel mundial, razón por la cual existen diferentes modalidades turísticas, dependiendo tanto de las características como de los atractivos que posee cada país. Por lo tanto, el turismo es parte de la agenda prioritaria de varios países debido al importante ingreso económico que proporciona esta actividad.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), define el Turismo Rural como: *“Las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”* (Organización Mundial del Turismo, 2002). De ahí, que el 25 de Septiembre del 2012, en Bolivia se aprueba la Ley General de Turismo 292 que define al Turismo Comunitario como: *“la relación directa del emprendimiento y la comunidad, con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el Vivir Bien.”* (Ley General de Turismo, 2012). Destacando de esta manera la importancia del Turismo Comunitario en nuestro país.

Dentro de la actividad turística, se encuentran las modalidades de Turismo Rural y Turismo Comunitario. El Turismo Rural, surgió en Europa como

una estrategia complementaria al desarrollo rural una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial. Debido a su inclusión, principalmente en España y Francia, empezó a ser considerada como una fuente de ingresos en Latinoamérica, debido a que posee bastante riqueza histórica, natural y cultural entre otras, en sus diferentes comunidades y áreas rurales. Sin embargo, esta modalidad empezó a asentarse y tomar forma en las décadas de los 70 y 80 (Universidad Interamericana para el Desarrollo, 2014).

Por otro lado, el Turismo Comunitario, es una nueva modalidad que se está desarrollando principalmente en la región andina de Latinoamérica (Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia) como un valor agregado al Turismo Rural. Sin embargo, existen muchas poblaciones en Bolivia que lastimosamente no han encontrado la manera de potencializar su economía a través del Turismo Comunitario.

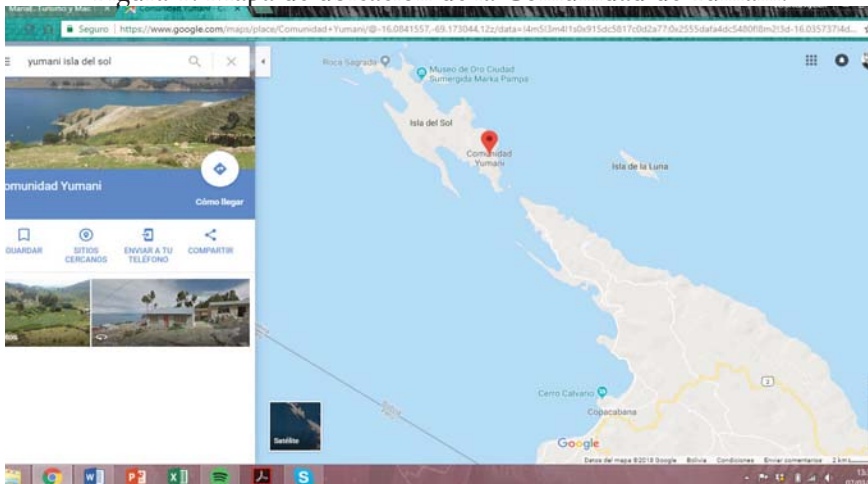
Aunque se habla de diferentes modalidades que son y pueden ser desarrolladas en diferentes regiones, para generar enormes beneficios, siempre y cuando se planifiquen y su desarrollo no se produzca de manera explosiva; también pueden existir perjuicios que afectan tanto a la región como a sus integrantes. Estos beneficios y perjuicios son denominados como Efectos Positivos y Efectos Negativos ocasionados por el turismo.

Todas aquellas empresas e instituciones relacionadas directa e indirectamente con la actividad turística aportan al desarrollo de los efectos tanto positivos como negativos de la región en la cual intervienen, siendo estos: sociales, económicos y ambientales. Esto es algo que puede ser observado muy de cerca en la parte boliviana del Lago Titicaca, donde se encuentra la Isla del Sol (la isla más visitada de la región).

La Isla del Sol, recibe turistas independientes y organizados por lo menos desde hace unos 40 años. Por lo cual, la actividad primordial generadora de ingresos en Yumani (principal comunidad de la isla) es el turismo. Sin embargo, se desarrolla de manera desordenada y desorganizada, lo cual permite que los efectos negativos de la actividad turística se intensifiquen. A lo largo de la historia y el desarrollo en la región, hubo asentamiento

de tres comunidades en la Isla del Sol, Yumani (en la parte Sur), Challa (en la parte del centro) y Challapampa (en la parte Norte). La Isla del Sol se encuentra a una distancia de una hora y media de navegación desde Copacabana (Fig.1). Las lanchas y botes parten generalmente de la playa de Copacabana o de puertos cercanos y llegan a las playas de la isla, que cuenta con dos embarcaderos conocidos como: puerto sur (Yumani) y puerto norte (Challapampa).

Figura 1. Mapa de ubicación de la Comunidad de Yumani.



Fuente: Google Maps, 2018.

En Challapampa existen varios sitios arqueológicos, entre los cuales resalta la Roca Sagrada o Roca de los Orígenes, además de la Chinkana o Laberinto y el Museo Subacuático, donde se exponen piezas arqueológicas rescatadas de los alrededores de la isla.

Sin embargo, Yumani es la población más grande y el lugar en el que se concentra la mayor parte de los restaurantes, alojamientos y tiendas. Es una buena base para aquellos turistas que deciden pasar la noche. El principal atractivo arqueológico es el Palacio de Pilcocaina, también la Escalera del Inca donde se encuentra la Fuente de las Tres Aguas o Fuente de la Juventud (una muestra del dominio hidráulico de los pueblos prehispánicos).

En 1998, los representantes de las comunidades de Yumani, Challapampa y Challa, realizaron visitas a las islas de Taquile y Urus en el Perú, para poder observar el manejo y el desarrollo de la actividad turística en esas zonas e implementar un sistema similar en sus comunidades, pero los pocos recursos de la época no lo permitieron y con el tiempo, desarrollaron esta actividad a su manera y de acuerdo a sus posibilidades económicas.

Antes de esta visita, no tenían una guía para poder desarrollar su actividad turística, considerando que la comunidad era consciente del valor que poseían sus atractivos culturales y paisajísticos, por esta razón dejaron que Tour Operadoras (T.T.OO) invirtieran en el lugar para que estas puedan generar un flujo turístico en la zona y permitieran el desarrollo del turismo, pero sin considerar los efectos que este podía generar en la comunidad.

La Tour Operadora Crillón Tours (CT), es la agencia que inició el turismo en la comunidad y le siguieron otras dos: Transturin (TT) y Magri Turismo (MT). Estas tres juegan un papel importante en el desarrollo del turismo en la comunidad, ya que poseen inversiones en Yumani que brindan un servicio acorde a las exigencias del turismo organizado, a diferencia de la comunidad, la cual se dedica en su mayoría al turismo independiente, sin embargo, también ofrece sus servicios al turismo organizado, ya que trabaja con otras T.T.OO que adquieren los servicios de algunos pobladores para poder brindarles una experiencia diferente a sus turistas.

Crillón Tours, es la pionera de turismo receptivo en Bolivia, siendo esta fundada en 1958. La empresa comenzó con el servicio de Hydrofoils en el Lago Titicaca en 1966. Invirtió en su hotel Inca Utama Hotel & Spa, ubicado en la comunidad de Huatajata a orillas del Lago Titicaca, 7 Aliscafos (servicio de Hydrofoils) y en La Posada del Inca Eco-Lodge ubicada en la comunidad de Yumani.

Transturin, fue fundada en 1973, invirtió en 4 Cruceros Catamarán que navegan para transportar a los pasajeros a la Isla del Sol, tanto a la parte norte como también a la parte sur, también en un Complejo Cultural Privado Inti Wata ubicado en la comunidad de Yumani. Este complejo cuenta con: 1 museo subterráneo, terrazas con cultivos, pequeño lugar de descanso con

servicio de cafetería, centro de información sobre embarcaciones de totora, espacio de convivencia con llamas y alpacas, 1 balsa grade de Totora.

Crillón Tours y Transturin, ofrecen sus paquetes turísticos tanto directamente a los turistas, como también a otras agencias de viajes, ubicándose estas en Bolivia y en el extranjero. Las empresas se encargan de poder ofrecer todas sus inversiones en los paquetes que ofrecen para visitar el Lago Titicaca, de esta manera aseguran que los pasajeros realicen todos los servicios y hagan uso de las infraestructuras que poseen.

Magri Turismo, fue fundada en 1973 y trabaja en las áreas de turismo emisivo y receptivo. Invirtió en La Estancia Eco-Lodge, ubicado en la comunidad de Yumani, este Eco-Lodge está incluido en los paquetes turísticos que ofrece la empresa, sin embargo, no es exclusivo para pasajeros de MT, ya que TT hospeda a algunos de sus pasajeros en este hotel, así también, es abierto al público en general, como a otras agencias de turismo.

El enfoque de la presente investigación se dirige a conocer los factores por los cuales las TTOO decidieron invertir en Yumani, la situación actual del turismo en la comunidad, además de los efectos sociales y económicos encontrados en el período 2006-2017.

Metodología

Alcances y límites

La investigación se realizó en la Comunidad de Yumani, ubicada en la parte sur de la Isla del Sol, Lago Titicaca, provincia Manco Kapac, Departamento de La Paz, a 16° Latitud Sur y 69° Longitud Oeste. Donde la población de estudio son los turistas que visitan Yumani, sus habitantes, la principal autoridad de la comunidad, así como también los principales ejecutivos de las T.T.OO Crillón Tours, Transturin y Magri Turismo.

El lapso de tiempo investigado, abarca desde el año 2006 hasta el primer semestre del año 2017, debido al nombramiento del actual Presidente Evo

Morales Ayma y al cambio político de República a Estado Plurinacional, tiempo en el cual se le brinda mayor importancia al área rural, junto con el desarrollo del turismo en estas zonas.

Método y tipo de investigación

Esta investigación se llevó a cabo mediante el método Lógico – Inductivo. Para este caso, la inducción fue incompleta, porque los elementos investigados no pueden ser numerados y estudiados en su totalidad, por lo que se tomó una muestra representativa. Se utilizó un enfoque mixto, porque se recolectan y analizan datos tanto cuantitativos como cualitativos.

El presente estudio es descriptivo – correlacional, ya que describe los hechos observados tal cual son y contribuyen a determinar si efectivamente las inversiones privadas de las T.T.OO, generan efectos socio-económicos positivos en la comunidad de Yumani, Isla del Sol.

Recolección de información

Para la recolección de información de esta investigación, se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Dentro de las fuentes secundarias se encuentran libros consultados sobre Metodología de la Investigación, Efectos de la Actividad Turística; bibliotecas; artículos publicados en prensa y/o internet; páginas web relacionadas al tema. Además, dentro de las fuentes primarias se encuentran las siguientes:

Entrevistas personales y semiestructuradas al Secretario General de la comunidad de Yumani (autoridad más importante) y a los principales ejecutivos de Crillón Tours, Transturin y Magri Turismo con el fin de poder obtener información concreta y al mismo tiempo detallada sobre los puntos abarcados en dichas entrevistas. Brindándoles a los entrevistados la oportunidad de poder expresarse y comentar acerca de su historia y experiencias relacionadas con el tema.

Encuestas escritas a pobladores de Yumani y turistas independientes que la

visitan, con preguntas de información básica, dicotómicas, multicotómicas, de respuesta múltiple, respuesta única y preguntas de filtro. Para el filtrado de la información obtenida en las encuestas escritas, se transcribieron los datos a Google Forms y luego se procedió a realizar los gráficos en Microsoft Word y Excel 2013, usando una Laptop Samsung ATIV BOOK 9 Lite 905S con Windows 8.

Por último, la observación de campo se realizó para poder identificar la actitud y el comportamiento de los pobladores tanto con los turistas como con el desarrollo diario del turismo en la comunidad. Además, determinar también la situación en la cual se encuentra Yumani, los pobladores, sus atractivos y emprendimientos turísticos.

Resultados

Factores de inversión de las TT.OO en Yumani

La principal oferta turística de las TT.OO investigadas es el Lago Titicaca, donde incluyen siempre la visita a la Isla del Sol, principalmente a Yumani, debido a su rápido acceso, además de las inversiones que se encuentran en la comunidad. Sin embargo, la información recabada se desglosó con mayor detalle en base a las TT.OO investigadas en la Tabla 1.

Tabla 1. Factores de inversión de las Tour Operadoras

Factor de inversión	CT	TT	MT
Brindar valor agregado a sus programas	X	X	X
Generar rentabilidad económica	X	X	X
Valor turístico de Yumani	X		X
Valor paisajístico y natural de Yumani		X	X
Valor histórico – cultural de Yumani	X	X	
Disposición por parte de los pobladores de trabajar con una TT.OO	X		
Fácil acceso a Yumani		X	

Opinión y preferencia de sus pasajeros		X	
Flujo de turistas ya establecido			X
Mejorar la calidad de vida de la comunidad			X
Preservación de la cultura local			X

Crillón Tours (CT); Transturin (TT); Magri Turismo (MT).

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones realizadas en la comunidad por parte de las TT.OO, son una de las razones por las cuales la comunidad se beneficia. Al estar ubicadas en Yumani, la comunidad percibe ciertos ingresos mensuales que apoyan al desarrollo y mejora de su calidad de vida.

Situación actual del turismo en Yumani

Oferta turística

En cuanto a la oferta turística de la comunidad, se presenta la Tabla 2 para poder realizar una comparación entre los años 2006 y 2017, utilizando valores aproximados basados en entrevistas con las personas encuestadas y la Tesis de Grado elaborada por Nemecio Apaza (2004), ya que no existe un debido registro de datos.

Tabla 2. Comparación oferta de servicios turísticos ubicados en Yumani años 2006 – 2017 (En unidades)

Oferta	2006	2017	Incremento Porcentual
Establecimientos de hospedaje	20	30	50%
Restaurantes	20	33	65%
Tiendas y puestos de artesanías	10	15	50%
Tiendas de comestibles	2	5	150%
Transporte lacustre (lanchas)	15	30	50%

Fuente: Elaboración propia

En todos los servicios mencionados en cuanto a oferta turística, del año 2006 al primer semestre 2017, muestran un incremento, este se debe a la necesidad de satisfacer los requerimientos de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Paralelamente muestra un aumento en los ingresos directos a las familias de la comunidad debido a la actividad turística, por lo cual los pobladores invierten en infraestructuras y productos relacionados con el turismo, siendo considerada como una de las principales fuentes de ingresos.

Afluencia de turistas

Según el Viceministerio de Turismo (VMT, 2013) El flujo total de turistas nacionales y extranjeros el año 2006 fue de 860,133. El Lago Titicaca es considerado como uno de los principales atractivos del país, además, el año 2007, Copacabana fue el primer sitio turístico con un flujo de 80.883 visitantes y una estadía media de 1.32 noches.

La afluencia de turistas y su respectivo perfil sufre cambios año tras año, sin embargo, no se cuenta con información detallada y actualizada sobre la Isla del Sol y su respectivo flujo turístico, por lo cual se pretende mostrar la información más importante de aquellos turistas que la visitan en la temporada de Mayo a Junio y así poder tener una idea más clara acerca de lo que ellos piensan y esperan de la población de Yumani (Tabla 3).

Tabla 3. Información de los turistas independientes que visitan Yumani

Característica	Variable	Porcentaje (%)
Género	Femenino	47
	Masculino	53
Edad	18 - 35	36
	26 - 35	49
	36 - 45	5
	46 - 55	4
	> 55	6

Efectos sociales y económicos generados por inversiones de Tour Operadoras en Yumani

Nacionalidad	Norteamérica	4
	Centroamérica	0
	Sudamérica	34
	Europa	56
	Asia	2
	Oceanía	4
Estadía en Yumani	1 día	61
	2 días	38
	> 2 días	1
Característica	Variable	Porcentaje (%)
Hospedaje	Un hostel	90
	La Estancia	10
	Eco-Lodge	
	La Posada del Inca	0
Eco-Lodge		
Volvería a Yumani	Si	77
	No	23
Disposición de gasto por día	< USD.10	25
	USD.10 - 25	51
	USD.26 - 50	19
	USD.51 - 75	4
	USD.76 - 100	1
	> USD.100	0

Fuente: Elaboración propia

Los turistas que se quedan por el día, lo hacen por falta de tiempo, ya que lo consideran como un destino de paso antes de continuar con su viaje tanto a Puno como a la ciudad de La Paz. Aquellos que se quedan 2 días o más, lo hacen porque tienen más tiempo y disfrutan de la tranquilidad que ofrece Yumani, también lo realizan por recomendaciones de amigos o porque existen problemas en la comunidad de Challapampa, por lo cual no se la puede visitar. De aquellos turistas que se quedan 2 o más días, un 90% prefiere quedarse en alguno de los hostales que se encuentran

en la comunidad, mientras que el restante 10% prefiere hospedarse en La Estancia Eco-Lodge, ya que cuenta con un mayor poder adquisitivo. La principal razón por la cual los hostales tienen precios más accesibles es debido a que no pagan aportes sociales, así como tampoco sueldos, ya que son negocios familiares, no pagan impuestos por lo cual no brindan factura, siendo toda la ganancia considerada como directa.

En las encuestas realizadas, los turistas opinaron sobre cuales fueron 3 aspectos positivos y negativos de su visita. La percepción de los turistas se los puede resumir en los aspectos más sobresalientes mencionados en la Tabla 4.

Tabla 4. Percepción de los turistas sobre su visita a Yumani

Aspectos Positivos	(%)	Aspectos Negativos	(%)
Paisaje	98.7	Precios	47
Tranquilidad	81	Comida	33.1
Cultura	50	Atractivos Turísticos	29.8

Fuente: Elaboración propia

De los aspectos considerados en las encuestas, “Paisaje” y “Tranquilidad” son catalogados como los más positivos de las visitas de los turistas independientes con 98.7% y 81% respectivamente, sin embargo, estos son aspectos externos a Yumani, por lo que no llega a ser considerado como un mérito para la comunidad. Con menor cantidad de respuestas, se encuentra “Cultura”, ya que algunos de los turistas aprendieron sobre la misma antes de visitar la comunidad.

Los aspectos considerados como negativos, poseen una cantidad de respuestas similares unos con otros, sin embargo el más destacado como negativo es “Precios”, esto se debe a que los precios están prácticamente estandarizados en toda la comunidad y los turistas no tienen la posibilidad de poder elegir un determinado servicio de acuerdo a su presupuesto. El siguiente aspecto es “Comida”, ya que no existe una relación precio – calidad entre ambos y la oferta gastronómica es la misma en la mayoría de

los restaurantes. El otro aspecto importante es “Atractivos Turísticos”, esto se debe a que la mayoría de los turistas no reciben orientación en cuanto a la historia e importancia de los mismos o simplemente los consideran como algo secundario, debido a que no les causa asombro. Sin embargo, es importante que sean mejorados por la comunidad para poder generar mayor satisfacción en la visita de los turistas (Tabla 5).

Tabla 5. Satisfacción de los turistas que visitaron Yumani

Característica	Variable	Porcentaje (%)
Satisfacción con su visita	Muy satisfecho	29
	Satisfecho	67
	Insatisfecho	4
	Muy insatisfecho	0

Fuente: Elaboración propia

Pese a los aspectos negativos encontrados en la visita de los turistas, un 29% se encuentra “Muy Satisfecho” con su visita, esto se debe a que Yumani superó sus expectativas. Por otro lado, un 67% se encuentra “Satisfecho”, ya que dentro de todo, sus expectativas igual fueron superadas, pero consideran que el turismo en la comunidad puede ser mejorado.

Por último, un 4% se encuentra “Insatisfecho” con su visita, debido a que recibieron un mal trato por parte de los pobladores y tuvieron malas experiencias con los productos y/o servicios adquiridos en Yumani. Así mismo vale la pena mencionar que los resultados muestran que no existen turistas “Muy Insatisfechos”, lo cual significa que la mejora de los aspectos negativos y del turismo como tal permitirá que los turistas se encuentren mejor en su visita.

Los aspectos mencionados son bastante importantes, ya que reflejan la situación actual de los turistas independientes en la comunidad. No se realizaron encuestas a turistas organizados, ya que cuentan con tiempos limitados y estas encuestas están fuera de los tiempos establecidos por las agencias para que puedan concluir con las visitas mencionadas en sus programas.

Turismo comunitario

Pese a que en la Nueva Constitución Política del Estado (NCPE), la Ley General de Turismo y el Plan Nacional de Turismo (PLANTUR), se menciona y brinda importancia al turismo comunitario, en la comunidad de Yumani no se lleva a cabo esta modalidad. Esto se debe a que los emprendimientos no brindan beneficios a la comunidad, sino de manera individual a aquellos que trabajan y son dueños de los mismos. Así también, no se percibe una relación directa entre los turistas y pobladores en un ámbito de interculturalidad, debido a que los turistas solo interactúan con los pobladores al momento de pagar su ingreso y adquirir algún servicio como hospedaje, alimentación y/o transporte. El único momento en el cual surge una relación enriquecedora, es cuando estos contratan los servicios de un guía para recorrer la comunidad y aun así, es un guiado bastante básico en el cual no se intercambia mucha información, al contrario, solo una parte la recibe.

La comunidad considera que la modalidad llevada a cabo es la de turismo comunitario, ya que los turistas realizan turismo en la comunidad, visitando sus atractivos y adquiriendo sus diferentes servicios. Este es un pensamiento erróneo, ya que anteriormente se menciona la definición vigente manejada por la Ley General de Turismo.

Situación social y cultural

Según el Plan de Desarrollo Municipal de Copacabana (PDM), el año 2006, Yumani contaba con 732 habitantes, de los cuales alrededor de un 53% eran mujeres y un 47% eran hombres. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012) la comunidad cuenta con 746 habitantes, de los cuales un 51.3% son mujeres y un 48.7% son hombres.

El PDM, indica que el año 2006, alrededor del 75% de la comunidad era considerada como población económicamente activa, de la cual un 90% se dedicaba de manera directa e indirecta al turismo. Según el INE, (2012) un 55.1% de la comunidad es considerada como población económicamente

activa. Dentro de este porcentaje, un 96.10% se dedica de manera directa e indirecta a la actividad turística.

Pese a que se puede recolectar un poco de información básica sobre la comunidad de Yumani, esta información no es actualizada ni tampoco la necesaria para esta investigación, por este motivo se procedió a la realización de las Tablas 6 y 7 donde se puede encontrar información más específica y actualizada sobre los pobladores de Yumani.

Tabla 6. Características de los pobladores de Yumani

Característica	Variable	Porcentaje (%)
Género	Femenino	56
	Masculino	44
Edad	18 – 25	19
	26 – 35	29
	36 – 45	29
	> 45	23
Percepción de migración en Yumani en relación al año 2006	Considera que aumentó	71
	Considera que disminuyó	29
Conservación de tradiciones y cultura	Si	79
	No	21

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas realizadas, un 56% de la población son mujeres y el restante 44% son hombres. Existe diferencia entre un porcentaje y el otro, se debe a la migración percibida en la comunidad, donde los hombres son los principales en realizarla para poder brindar una mejor vida a su familia. Dentro de estos porcentajes, el mayor porcentaje de edad es de 29% equivalente a los rangos de 26 – 35 y 36 – 45 años de edad, mientras que el menor porcentaje es de 19% del rango de 18 – 25 años de edad. El restante 23% pertenece a aquellos pobladores que tienen más de 45 años. Además que del total, un 90% de los pobladores se dedica a la actividad turística de manera directa, mientras que el otro 10% lo hace de manera indirecta.

Estos datos, representan un incremento significativo en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad. Siendo el turismo su principal fuente de ingresos, como se puede observar en la Tabla 7.

Tabla 7. Información relacionada al turismo y los pobladores de Yumani

Característica	Variable	Porcentaje (%)
Población que trabaja en turismo	Si	90
	No	10
Tiempo dedicado al turismo	< 1 año	2
	1 - 5 años	29
	6 - 10 años	21
	> 10 años	48
Actividades a las cuales se dedican	Transporte lacustre	23
	Restauración	17
	Hotelería	19
	Guiaje	8
	Venta de artesanías	21
	Ama de casa	4
	Agricultura	4
	Venta de comestibles	2
Construcción	2	
Característica	Variable	Porcentaje (%)
Percepción del turismo en relación a su identidad cultural	Considera que se fortaleció	29
	Considera que se perdió	71
Percepción sobre la mejor manera de desarrollar el turismo	Trabajar para una empresa privada	42
	Tener una empresa propia	58

Empresas que poseen	Hotel	33
	Restaurante	11
	Tienda	31
	Lancha a motor	17
	Ninguno	8
Trabaja en una agencia de viajes	Si	25
	No	75

Fuente: Elaboración propia

La cantidad de pobladores que se dedican a la actividad turística desde hace 1 a 5 años y hace menos de 1 año, representa el incremento de la actividad turística en Yumani los últimos años. Del total de la población que se dedica al turismo, un 25% trabaja en una agencia de viajes, mientras que el restante 75% no lo hace, por lo que trabajan en sus propios emprendimientos turísticos como hoteles, restaurantes, tiendas y/o lanchas. Sin embargo, un 42% de la población considera que la mejor manera de desarrollar el turismo en la comunidad es trabajando para alguna empresa privada, debido a los beneficios sociales a los cuales pueden acceder, como seguro de salud, AFP's, etc., estos no los benefician cuando tienen su propia empresa, porque no se rigen bajo ese sistema laboral. Además que las empresas privadas poseen de más recursos para poder atraer y cumplir con más exigencias de los turistas que visitan la Isla del Sol.

Aunque la principal fuente de ingresos de la comunidad se debe a la actividad turística, un 71% de la población considera que el turismo permitió que su identidad cultural se perdiera con el paso del tiempo, debido a la aculturización y migración percibida en mayor proporción los últimos años.

Efectos sociales y económicos

En la comunidad se presentan efectos sociales y económicos tanto positivos como negativos, los cuales son identificados en los siguientes puntos.

Efectos sociales

La comunidad necesita trabajar bastante con el tema de promoción, ya que no cuentan con su propio medio para poder promocionarse a nivel internacional, dependen de las TT.OO y del Viceministerio de Turismo (VMT). Esto amerita mayor coordinación y trabajo entre los pobladores. Así como también mejorar la señalética encontrada en el recorrido de los turistas, para brindarles una mejor orientación.

Su calidad de vida actual, en relación al año 2006 mejoró y esto se debe tanto al esfuerzo de la comunidad así como también a las TT.OO que aportaron de manera monetaria a la comunidad. Gracias a esta mejora, se pueden realizar emprendimientos para poder mejorar el turismo en la zona y así poder revertir la migración definitiva por una migración temporal. Necesitan reforzar su identidad cultural para que los turistas puedan sentirla y aprender de ella, como tendría que ser, para que exista un mejor intercambio cultural entre pobladores y turistas.

Así mismo se presenta la Tabla 8, en la cual se determinaron los efectos sociales, y se los denominó como positivo o negativo para la comunidad, según los resultados obtenidos en la investigación.

Tabla 8. Efectos sociales encontrados en Yumani

Efectos Sociales	Resultados	Positivo	Negativo
Promoción y Conservación del Patrimonio	Existe conservación del patrimonio, gracias al trabajo comunitario realizado, como los ingresos que perciben por los turistas y los aportes de las TT.OO.	X	
	Existe promoción individual por parte de hostales que utilizan plataformas de internet (45%).	X	
	Baja elaboración de artesanías locales por parte de pobladores.		X

Efectos sociales y económicos generados por inversiones de Tour Operadoras en Yumani

Calidad de Vida	En relación al año 2006, existe una mejora en los servicios básicos, acceso a la educación y salud.	X	
Creación de Infraestructura	Participación en un taller impartido por el VMT para la implementación de un museo comunitario.	X	
Migración	Aumento de migración en relación al año 2006.		X
	Menor cantidad de jóvenes en Yumani.		X
Comercialización de valores culturales	No existe comercialización de valores culturales.	X	
Identidad Cultural	El turismo aporta a la pérdida cultural de la comunidad.		X
Problemas sociales	Alcoholismo en la población.		X

Fuente: Elaboración propia

Efectos económicos

Los pobladores de Yumani, consideran que su comunidad es autónoma, pese a que forman parte del Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana. Esto se debe a que no rinden cuentas al Municipio, por lo cual todos sus ingresos permanecen en la comunidad, sin embargo, esto puede llegar a ser un aspecto negativo, ya que por esta situación, Copacabana no incluye a Yumani dentro de sus proyectos, así también genera problemas con las comunidades vecinas que si cumplen sus obligaciones correspondientes con el Municipio.

La mejora en cuanto a desarrollo de infraestructuras y servicios, permite que exista también una mejora en la actividad turística de la zona. Así como también lo permite la generación de empleos, ya que TT.OO contratan a pobladores para trabajar en sus respectivas inversiones.

Debido a que más personas comienzan y prefieren trabajar en el rubro del turismo, dejan de lado actividades como la agricultura y la pesca, las cuales llegaban a ser sus principales fuentes de ingresos antes del turismo. Sin embargo, aunque la mayoría de la población se dedique a esta actividad, los productos ofrecidos son considerados como caros, más aún cuando se manejan los mismos precios en toda la comunidad, de todas maneras se debe tener en consideración que Yumani se encuentra en una isla y por ese factor es más complejo llevar cualquier tipo de mercadería.

Así mismo se presenta la Tabla 9, en la cual se determinan los efectos económicos, y se los denomina como positivo o negativo para la comunidad, según los resultados obtenidos en la investigación.

Tabla 9. Efectos económicos encontrados en Yumani

Efectos Económicos	Resultados	Positivo	Negativo
Incremento de ingresos de la comunidad	Los ingresos percibidos son redistribuidos dentro de la comunidad.	X	
Desarrollo de infraestructuras y servicios	Construcción de la carretera doble vía a Copacabana.	X	
	Implementación de alcantarillado.	X	
Generación de empleos	100 % de la población trabaja en turismo de manera directa e indirecta.	X	
	92% de los pobladores tiene una empresa turística propia.	X	
	25% de los pobladores trabaja para una de las TT.OO investigadas.	X	
Disminución de mano de obra	Existe un 9,6% de disminución de mano de obra en rubros como agricultura y pesca.		X

Inflación estacional	Productos ofrecidos en Yumani tienen precios más elevados, en relación a Copacabana y las ciudades más cercanas.		X
----------------------	--	--	---

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Las inversiones de las TT.OO estudiadas, generaron efectos sociales y económicos positivos, debido a que es por estas agencias que el flujo turístico en Yumani incrementó, además que la comunidad empezó a dedicarse al turismo y considerarlo como su principal fuente de ingresos.

Las inversiones se realizaron para poder mejorar la calidad de servicios que la comunidad no podía dar: pasajeros que demandan mejores servicios turísticos y que están dispuestos a gastar mayores sumas de dinero para encontrar ciertos estándares de calidad en su visita a la Isla del Sol.

La participación en ferias, brochures, páginas web, etc., donde se mostraba el destino como turístico y de gran riqueza paisajística como cultural, hizo que muchos turistas llegaran a conocer esta isla y la comunidad, generando nuevas necesidades de servicios hacia la misma, las cuales se tradujeron en nuevas inversiones, como movimiento económico, que les permitió mejorar su calidad de vida, brindando servicios turísticos de diferente manera como: hostales, lanchas, restaurantes y tiendas, por esto se volvieron pequeños empresarios privados. Otras familias reciben ingresos del turismo de forma indirecta, por pequeños trabajos que realizan a los dueños de hostales como albañiles, realizando arreglos a las lanchas, siendo ayudantes en los restaurantes, etc.

Yumani logró un buen manejo del dinero que ingresa a causa del turismo. Es por esto que tanto la llegada de turistas como el cobro realizado al momento de ingresar y los aportes de las TT.OO, son redistribuidos y controlados por el sindicato de la comunidad. Este dinero es repartido en remuneraciones por cuidado y limpieza de muelles, atractivos y la

comunidad, ayuda a los enfermos, aportes a los pobladores de la tercera edad y mejoras para la comunidad como la mejora del colegio y la realización de nuevos proyectos como la construcción de un museo.

Debido a que no se lleva a cabo la modalidad de turismo comunitario en Yumani, no se cumple el principio del Vivir Bien, ya que no existe un manejo adecuado de los recursos naturales, así como también se va perdiendo poco a poco la valorización de su cultura y patrimonio, por lo cual se percibe una pérdida de valores y costumbres ancestrales por parte de los más jóvenes de la comunidad. Se debe a la migración percibida y al poco interés demostrado por la juventud de la comunidad en mantener sus tradiciones.

Referencias

- Apaza, N. (2004). El turismo receptivo y su impacto sociocultural en la población de la comunidad de Yumani años 1995 – 2002 (Tesis de Pregrado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia.
- Arnéz, G. (2007). Intervención de las agencias de viajes operadoras en el desarrollo de las poblaciones de Yumani y Challapampa de la Isla del Sol (Tesis de Pregrado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia.
- Estado Plurinacional de Bolivia (2012). Nueva Constitución Política del Estado (2ª Ed). La Paz: U.P.S.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (FEPTCE, 2007). Turismo Comunitario (Documento PDF). Quito, Ecuador.
- Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación, (6a Ed). México D.F.: Mc Graw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012). Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012, Comunidad de Yumani. (Documento PDF). La Paz, Bolivia.
- Ley No 292 Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”. Asamblea Legislativa Plurinacional. La Paz, Bolivia. 25 de Septiembre de 2012.
- Mendoza, G. (2011). Plan de desarrollo turístico comunitario para la

- comunidad de Yumani en la Isla del Sol (Proyecto de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2015). Plan Nacional de Turismo 2015 – 2020 – Agenda Turística PLANTUR 2025 (Documento PDF). La Paz, Bolivia.
- Ministerio de Planificación y Desarrollo. (2007). Plan de Desarrollo Municipal del Municipio de Copacabana 2007-2011 (Documento PDF). La Paz, Bolivia.
- Organización Mundial del Turismo. (OMT, 2002). Introducción al turismo, (2ª Ed). Madrid: OMT.
- Palao, V. (2017). Efectos sociales y económicos por la inversión de Agencias Tour Operadoras en la comunidad de Yumani – Isla del Sol (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, La Paz – Bolivia.
- Sainz, X. (1999). Modelo de desarrollo turístico sostenible y participativo para las comunidades de la Isla del Sol (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Boliviana San Pablo, La Paz – Bolivia.
- Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID, 2014). Turismo Rural (Documento PDF). Estado de México, México.
- Viceministerio de Turismo (VMT, 2013). Estimación de Universos Estadísticos del Sector Turismo en Bolivia 2013 (1ª Ed). La Paz: Viceministerio de Turismo.

Artículo Recibido: 13-06-2018

Artículo Aceptado: 22-08-2018