



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



PERCEPCIÓN DEL POBLADOR URO SOBRE EL COMPORTAMIENTO ÉTICO Y MORAL DEL GUÍA TURÍSTICO -

2020

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. YENNY MILEIDY MAMANI HUANCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

Con todo mi cariño y mi amor para mis padres: Rogelio Mamani y Susana Huanca por el cariño y su apoyo incondicional en el cumplimiento de mis metas y objetivos, por brindarme una carrera profesional para mi futuro, todos mis logros se los debo a ellos.

A mi querido hermano Elvis Nelson por la complicidad y el apoyo que nunca hicieron falta en todos nuestros años de vida.

A mis apreciadas amistades y demás personas quienes formaron parte de este proceso.

A todos ellos dedico la presente tesis, además de mis más sinceros afectos.

Yenny Mileidy



AGRADECIMIENTO

En el presente Trabajo de Investigación mi agradecimiento:

A Dios, por permitirme vivir con salud y fortalecer mi espíritu de sabiduría para seguir avanzando en el cumplimiento de sueños y metas.

A la Universidad Nacional del Altiplano, a la Facultad de Ciencias Sociales y a la Escuela Profesional de Turismo, nuestra alma mater que me acogió y brindó formación profesional

A cada uno de los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo, que día a día se esfuerzan para impartir una formación del más alto nivel.

Agradezco especialmente a mi Asesora de tesis Dra. Esmelida Roxana Rivera Carpio por su apoyo, motivación, dirección y culminación del presente trabajo.

A los miembros del jurado: M. Sc. Lucrecia Nina Carita, M. Sc. Delia Condori Chura y M. Sc. Juan Daniel Martínez Franco, quienes con su excelente capacidad y conocimientos aportaron a través de sus observaciones a la finalización y aprobación de la presente investigación.

A mis familiares, amigos y compañeros que me apoyaron y motivaron a culminar la presente investigación.

A ellos mi gratitud.

Yenny Mileidy



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN	13
ABSTRACT	14

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA	17
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problemas específicos.....	17
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.3.1. Hipótesis general	18
1.3.2. Hipótesis específicas.....	18
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	18
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5.1. Objetivo general.....	19
1.5.2. Objetivos específicos	19

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES	20
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	20
2.1.2. Antecedentes nacionales	35
2.1.3. Antecedentes locales.....	45
2.2. MARCO TEÓRICO.....	46
2.2.1. Ética	46
2.2.2. Moral.....	47



2.2.3. La ética y la moral	49
2.2.4. Percepción.....	50
2.2.5. Poblador Uro.....	51
2.2.6. Comportamiento	51
2.2.7. Guía de turistas	53
2.2.8. Guía de turismo.....	53
2.2.9. Características de los guías.....	54
2.2.10. La actividad turística.....	55
2.2.11. Chikata.....	56
2.2.12. Comisión.....	57

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	58
3.3. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN.....	59
3.3.1. Revisión documental	59
3.3.2. Encuesta.....	59
3.3.3. Procesamiento y análisis de datos.....	59
3.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES	59
3.4.1. Variable independiente	59
3.4.2. Variable dependiente	59
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE	60
3.6. LA POBLACIÓN Y/O UNIVERSO	61
3.7. MUESTRA	61

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. EVALUACIÓN PERCEPCION DEL POBLADOR URO SOBRE EL COMPORTAMIENTO ETICO Y MORAL DEL GUIA TURISTICO -2020.....	62
4.1.1. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?	62
4.1.2. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?.....	64



4.1.3. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?	65
4.1.4. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?	67
4.1.5. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?	68
4.1.6. Percepción Del Poblador Uro ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?	69
4.1.7. Percepción Del Poblador Uro ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?	71
4.1.8. Percepción Del Poblador Uro¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?	72
4.1.9. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?	74
4.1.10. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?	75
4.1.11. Percepción Del Poblador Uro ¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?	76
4.1.12. Percepción Del Poblador Uro ¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?...	78
4.1.13. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?	79
4.1.14. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?.....	81
4.1.15. Percepción Del Poblador Uro ¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?.....	82
4.1.16. Percepción Del Poblador Uro ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?	84
4.1.17. Percepción Del Poblador Uro ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?.....	85
4.1.18. Percepción Del Poblador Uro ¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?.....	86



4.1.19. Percepción Del Poblador Uro ¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?	88
4.1.20. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?	89
4.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	90
4.3. DISCUSIÓN	93
4.4. PROPUESTA.....	93
4.4.1. Conformación del comité	94
4.4.2. Estrategias.....	94
4.4.3. Plan de trabajo del Comité de Ética y moral	94
4.4.4. Evaluación y resultados	96
V. CONCLUSIONES	98
VI. RECOMENDACIONES	99
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	100
ANEXOS.....	104
ANEXO 1. ENCUESTA.....	105
ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA	107

Área: Gestión de Destinos Turísticos

Tema: Percepción Ética y Moral

Fecha de sustentación: 17 de noviembre del 2021



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?	63
Figura 2 ¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?	64
Figura 3 ¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?.....	66
Figura 4 ¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?	67
Figura 5 ¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo? ...	68
Figura 6 ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?	70
Figura 7 ¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?	71
Figura 8 ¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?	73
Figura 9 ¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?	74
Figura 10 ¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?	76
Figura 11 ¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?	77
Figura 12 ¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?	78
Figura 13 ¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?	80
Figura 14 ¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?	81
Figura 15 ¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?.....	83



Figura 16 ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?.....	84
Figura 17 ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?	85
Figura 18 ¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?.....	87
Figura 19 ¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?	88
Figura 20 ¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?.....	90
Figura 21 Cronograma de actividades	97



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	60
Tabla 2 ¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?.....	62
Tabla 3 ¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?	64
Tabla 4 ¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?	65
Tabla 5 ¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?.....	67
Tabla 6 ¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?.....	68
Tabla 7 ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?	69
Tabla 8 ¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?	71
Tabla 9 ¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?	72
Tabla 10 ¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?.....	74
Tabla 11 ¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?	75
Tabla 12 ¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?	76
Tabla 13 ¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?.....	78
Tabla 14 ¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla? 79	
Tabla 15 ¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?	81



Tabla 16	¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?	82
Tabla 17	¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?.....	84
Tabla 18	¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?	85
Tabla 19	¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?.....	86
Tabla 20	¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?	88
Tabla 21	¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?.....	89
Tabla 22	Promedio de la Variable Moral.....	91
Tabla 23	Promedio Porcentual de la Variable Ética.	92



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

OMT: “Organización Mundial del turismo

DIRCETUR: “Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

STATS: “Softwar Decision Analist”

CALTUR: “Plan de Calidad Turística”.

CANATUR: “Cámara Nacional de Turismo”.

MINCETUR: “Ministerio de Comercio Exterior y Turismo”.

OMT: “Organización Mundial de Turismo”.

SPSS: “Statistical Package for Social Sciences”

TC: Tour Conductor

A.U.T.A.L: Asociacion Unificada de Empresas De Transporte Acuatico Y Lacustre



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo describir la percepción ética y moral de los pobladores de las islas turísticas de los Uros sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos. La metodología para la investigación fue de tipo descriptivo, no experimental. En este contexto, se realizó 68 encuestas las cuales fueron dirigidas a los pobladores de Islas flotantes de los Uros, comprendidas entre las islas familiares, capitales y hospedajes. Se utilizó como instrumento la escala Likert de modo que el poblador uro de su valoración acerca de cómo perciben la ética y moral del guía turístico. Como resultado de la investigación se analizó y se obtuvo datos en porcentajes acerca de la percepción ética y moral del poblador Uro que tienen de los guías en las excursiones que se realizan a dicho destino turístico; en donde, el 59.94% de ellos mencionan que perciben de manera negativa la actitud moral de los guías para poder obtener las comisiones o chikatas, y el 56.9% de ellos indican que son exigentes con el poblador Uro los guías, al momento de pedirle comisión o chikata (termino aymara) por los consumos que tuvieron los turistas, sea comprando artesanías y por el paseo en balsa, y como conclusión principal es necesario proponer acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico para mitigar la conducta ética percibida negativamente y la conducta moral como exigentes al momento de pedir comisiones al poblador Uro, por consiguiente la acción más factible y accesible es la conformación de un comité de sensibilización dirigido para los pobladores de los Uros y para los guías, a fin de generar un espacio de actividad de paz y de buenas costumbres, ético y moralmente aceptable.

PALABRAS CLAVE: Ética y moral, percepción de turismo, Guía de turismo.



ABSTRACT

The present research work aimed to describe the ethical and moral perception of the inhabitants of the tourist islands of the Uros on the ethical and moral behavior of the tourist guides. The methodology for the research was descriptive, not experimental. In this context, 68 surveys were carried out which were directed to the inhabitants of the floating islands of the Uros, comprised between the family islands, capitals and lodgings. The Likert scale was used as an instrument so that the villagers Uro of their appreciation about how they perceive the ethics and morals of the tour guide. As a result of the research, data was analyzed and obtained in percentages about the ethical and moral perception of the Uro resident that they have of the guides in the excursions that are made to said tourist destination; where, 59.94% of them mention that they perceive in a negative way the moral attitude of the guides to be able to obtain the commissions or chikatas, and 56.9% of them indicate that the guides are demanding with the resident Uro, when asking for commission or chikata (Aymara term) due to the consumption that tourists had, either buying handicrafts and the raft ride, and as a main conclusion it is necessary to propose regulatory actions for the professional ethical behavior of the tourist guide to mitigate negatively perceived ethical behavior and the moral conduct as demanding at the time of requesting commissions from the Uro resident, therefore the most feasible and accessible action is the formation of an awareness committee directed for the inhabitants of the Uros and for the guides, in order to generate a space for activity of peace and good manners, ethically and morally acceptable.

Keywords: Ethics and morals, tourism perception, Tourism guide.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Conocer la percepción del poblador Uros de las islas flotantes sobre el comportamiento ético y moral del guía de turismo, ayudará a comprender las razones que inciden en la conducta moral de la relación y actitud ética que presentan al momento de pedir comisiones o Chikatas (termino aymara) después del desarrollo de las excursiones, cuando el turista ya ha consumido los productos artesanales y servicios que ofrecen los Pobladores de los Uros, como la venta de artesanías y el paseo en balsa; en lo referente a la conducta moral el poblador de los Uros evalúa de manera positiva o negativa a través de preguntas objetivas; y en referencia a la ética evalúa a través de escala Likert.

Los diferentes autores en alusión a la moral y a la ética mencionan conceptos claros para poder evaluar el comportamiento ético y moral de las personas. Es por ello que se diseña la herramienta de encuesta para la variable de moral a través de preguntas objetivas y para evaluar la variable de ética a través de escalas valorativas.

El siguiente estudio es una investigación no experimental, solo se observa la situación, mas no se manipulan; de diseño transeccional o transversal, a una muestra de 68 jefes de islas, ello determinado a través de la fórmula de población finita.

Los resultados que reflejan son los análisis en lo moral a través de 17 ítems y en lo ético a través de 3 ítems. Que se analizaron en la herramienta de análisis de datos SPSS y Excel para su posterior interpretación.



1.1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros se dedican a la actividad turística mediante la comercialización de productos artesanales que demuestran sus vivencias del día a día, en algunas ocasiones los pobladores dan a conocer sus vivencias, la actividad socioeconómica en que se desenvuelven; compartiendo a través de la disertación sus vivencias al turismo local, nacional e internacional; e interactuando en ocasiones entre poblador Uro y el turista.

Los responsables de realizar las excursiones hacia estas islas son las Agencias de Viajes, operadoras, minoristas, mayoristas y las empresas de transporte lacustre A.U.T.A.L encargados de brindar el servicio al destino.

El problema surge cuando los guías no valoran su profesionalismo y son contratados con una retribución mínima por algunas agencias de viajes, De ello surge la exigencia o influencia del guía para la compra de souvenirs por parte de los turistas y de esta manera puedan generar las famosas comisiones, chikatas (termino aymara) que los pobladores de los Uros entregan a los guías, si el guía que es el líder de las excursiones, si uno o varios de los turistas a los que lidera hace compras en las islas y hace paseo en balsa, un porcentaje de dicho consumo seria para el guía por haber arribado a dicha Isla los cuales son servicios adicionales no comprendidos en el tour.

Este tipo de concertaciones que se realiza entre los Guías y los Pobladores de los Uros ha generado diferentes tipos de actos y acciones que son moralmente reprochables que afectan la libre competencia, actos como condicionar a los guías haciéndolos compadres de los pobladores, padrinos, suegros, etc.

Este tipo de convenios se percibe inmoral supuestamente por parte del poblador, pero es un mal necesario porque se considera ventaja competitiva entre los pobladores de



los Uros. En la presente investigación el objetivo fue evaluar desde la perspectiva del poblador Uros, el comportamiento ético y moral de los guías de turismo.

La razón de la presente investigación es conocer porque se ignora principalmente cuál es la percepción ética y moral de los pobladores de las islas turísticas de los Uros sobre el comportamiento de los guías turísticos; y, cuáles son los comportamientos moralmente censurables de los pobladores de las Islas Turísticas de los Uros respecto al comportamiento de los guías turísticos. Toda descripción es una medición, sostienen Hernandez, R, Fernandez, C y Baptista, P. (1999) por lo que de describirse la distinción entre lo ético y moral como resultado de investigación se podría proponer acciones que mitiguen dichos actos antiéticos e inmorales en la prestación de los servicios turísticos de excursión, para el fortalecimiento de la interrelación entre los guías turísticos de la ciudad de Puno y los habitantes de las Isla Turísticas de los Uros en la región de Puno.

1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la percepción de los pobladores de la isla de los uros sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo perciben los pobladores de la isla turística de los uros el comportamiento moral de los guías turísticos?
- ¿Cómo perciben los pobladores de la isla turística de los uros el comportamiento ético de los guías turísticos?
- ¿Qué acciones reguladoras debe aplicar el poblador de los uros para el trabajo ético profesional del guía turístico?



1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

- La Percepción de los pobladores de la isla turística de los uros es ambigua en la ética y moral del comportamiento de los guías turístico -2020.

1.3.2. Hipótesis específicas

- El comportamiento moral del guía turístico es negativa en la percepción de los pobladores de la Isla Flotante de los Uros 2020
- Los pobladores de la Isla Flotante de los Uros perciben éticamente a los guías de turismo como muy interesados.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La presente investigación servirá de base para investigaciones posteriores acerca de ética y moral, evidenciara la conducta que demuestran los guías de turismo en el desarrollo de sus funciones y cómo responden los pobladores de los Uros acerca del desarrollo de las actividades en turismo como la venta de artesanías y el uso de las embarcaciones de traslado de una isla a otra y los guías de turismo generan ingresos mediante comisiones y/o chikatas (termino aymara) para poder cubrir gastos por que muchas veces algunos de los agentes de viajes no pagan por el servicio de guiado. De acuerdo a los resultados de la presente investigación, se observa que el poblador Uro tiene una mala percepción del guía de turismo, pero por la necesidad económica ellos tienen que cumplir con comisiones de ventas de esta manera poder asegurar que el guía de turismo los visite y lleve turistas a su isla, de esta manera ellos puedan vender sus artesanías y también realizar paseos en balsa lo cual no es una buena práctica. Las islas de los uros ofrecen en su mayoría más de comisión o dan la totalidad de los ingresos de la balsa para competir con islas vecinas, el pensamiento es que mientras más los visiten más venderán, aunque tengas que dar comisiones y si no dan comisiones el guía no llegara



a su isla y ya no podrán vender sus artesanías ni ofrecer paseos. De los resultados obtenidos se tiene conocimiento de la realidad de comercio de las visitas a la Isla de los Uros, y poder sensibilizar al poblador Uro de los impactos negativos que genera la conducta antiética e inmoral.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

- Analizar la percepción de los pobladores de las islas turísticas de los Uros sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos

1.5.2. Objetivos específicos

- Describir el comportamiento moral de los guías turísticos en la percepción de los pobladores de la Islas Turísticas de los Uros.
- Describir el comportamiento ético de los guías turísticos en la percepción de los pobladores de la Islas Turísticas de los Uros.
- Proponer acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes internacionales

Candas Romero, J. (2009). *Ética Profesional en Biblioteconomía*, 2009. (Tesis de Doctorado). Universidad Carlos III de Madrid. España. Arribo a las siguientes conclusiones:

Primera, que hay una escasa documentación sobre la metodología utilizada en investigaciones de Biblioteconomía. La situación se agrava por su juventud como ciencias y su consideración científica. Segunda, que un alto porcentaje de la bibliografía sobre Ética profesional en Biblioteconomía proviene del ámbito estadounidense, habiendo una mínima presencia del tema en la literatura científica española y tercera, que la baja consideración profesionales de la Biblioteconomía perjudica su desarrollo como ciencia y el desarrollo de un Corpus ético. El intrusismo profesional, y la no obligatoriedad de tener una titulación en Biblioteconomía para ejercer la profesión, suponen un lastre para el avance científico y profesional de la Biblioteconomía, y fomenta su visión como una actividad de bajo nivel académico.

Gonzales Fuentes, A. E. (2010). *La Responsabilidad Ética, Moral y Social de la Ingeniería Civil*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Llego a las siguientes conclusiones:

1) A pesar de todas la deficiencias y debilidades humanas que se presencian alrededor, es en el seno de la familia donde comienza el proceso de educación integral, proceso que perdurará y sin el cual no pueden germinarse las ideas y



principios que han de producir los cambios personales que, a su vez, han de conducir al mejoramiento de las estructuras políticas, económicas y sociales del país. 2) El futuro les pertenece a los jóvenes, son el motor del cambio, de los nuevos conocimientos y la tecnología por venir. Los docentes deben ser responsables de su formación, limitada a un currículo que deben aprobar, y transversalmente deben dar ejemplos de calidad moral y profesional que influirán en su vida futura. Los principios morales los tiene cada persona, tiene una inclinación para vivirlos, pero su comportamiento final depende exclusivamente de ella, cada quién y en cada caso concreto decide si actúa moralmente, lo puede hacer por amor a alguien por una causa específica que contribuya al desarrollo de la nación. 3) La medición de la responsabilidad social empresarial en las empresas y la comunicación son elementos claves para la mejora continua. En el sector construcción aún no miden exhaustivamente su gestión y existe ausencia de información disponible sobre la conducta de los negocios. Asimismo, la efectiva interacción de las empresas de la construcción con todos sus colaboradores, proveedores, clientes, entre otros y por ende su sostenibilidad, depende de la capacidad de brindar información confiable y oportuna.

Falgueras Bosch, J. (2011) *La Dimensión Ética En La Profesión Del Ingeniero Técnico En Topografía: El Caso De España En El Siglo XXI*. Universidad Politécnica de Catalunya. España. Con el objetivo de analizar la dimensión ética en la profesión del ingeniero:

Pretende hacer un análisis de la dimensión ética en la profesión del Ingeniero Técnico en Topografía, utilizando como marco de referencia el Código Ético propuesto por la Federación Internacional de Geómetras. El objetivo de esta primera fase de la investigación es averiguar si las propuestas incluidas en el



código de la FIG, dirigidas hacia la elaboración de una “Ética para la comunidad topográfica mundial”, han tenido una efectiva repercusión en la comunidad topográfica de nuestro país, o sí. Por el contrario, ha quedado reducidas a unas recomendaciones abstractas que no han podido todavía llevarse a la práctica.

Alcívar Pozo, S. I. (2012) *La mala práctica en el ejercicio profesional del abogado a la luz de la ética y la moral*. Universidad de las Américas. Ecuador. Concluye:

1) En un mundo en el que siempre se ha actuado sin subjetividades y frialdad, se ve que desde el inicio del Derecho natural y a lo largo de la historia, la ética y la moral no se ha podido disociar del Derecho como ciencia, sino que cada día se ve la necesidad que la ética y moral crezcan y se resplandezca en el actuar diario del abogado y en su ejercicio profesional. 2) En nuestro país siempre se ha procurado mantener el orden y control del ejercicio profesional, pero no se ha hecho de la manera adecuada, desprestigiando no sólo el actuar del abogado sino que por consecuencia acarrea consecuencias y desprestigio a entes como los Colegios de Abogados de Pichincha, con lo cual se ha creado un nuevo mecanismo de control coercitivo, el Foro de Abogados del Consejo de la Judicatura, esperando que su desempeño y control sea admirado y respetado, evitando cometer los mismos errores que el de los Colegios de Abogados. 3) Como hemos analizado, el abogado en el proceso judicial y su litigio, es considerado como que se encuentra en "un juego procesar (de cartas), en el que debe actuar con estrategia, nunca debe mostrar sus cartas sino hasta el final, en el momento que ya se va abrir el juego: en este juego se debe velar por respetar las reglas del proceso, "no hacer trampas, pero tampoco mostrar tus cartas".



González Rozas, P. (2015) *Tensiones éticas del trabajo de enfermería en el nuevo orden sanitario*. Universitat Autònoma de Barcelona. España. Halla los siguientes resultados:

Las personas encuestadas expresaron numéricamente una moderada satisfacción con unas condiciones de trabajo que les facilitaban el desarrollo de las tareas profesionales, visión se corroboró y matizó tanto con la información léxica y textual aportada, como con el análisis de correspondencias, que evidencian componentes positivos del sentido de la profesión, entre los que destacan los relativos a cuidado, relación con pacientes, entrega, dedicación y compromiso con el trabajo-. En contrapartida, alrededor de un tercio (27%) de las palabras-clave tuvo un signo negativo; reflejando la cara oscura de la insatisfacción y señaló los motivos de un malestar asociado a la percepción de sobrecarga laboral de rol y a la consiguiente percepción de agotamiento, precarización de las condiciones contractuales -y de erosión del sentido y de la ética del trabajo en profesionales cuyas condiciones laborales les dificultaban el ejercicio del cuidado, aumentando el riesgo de una atención “despersonalizada” e incluso “deshumanizada”. El análisis de contenido de las respuestas textuales puso también en evidencia la percepción ampliamente extendida de que al actual trabajo de enfermería se le exigen cada vez más resultados en menos tiempo y de que esta alta demanda de eficiencia dificulta el pleno desarrollo de la labor profesional, obligando a priorizar lo técnico y lo físico por sobre la relación de cuidado, que incluye una comunicación personalizada, empatía, información adecuada y educación para el autocuidado.

Illescas Palencia, A. M. (2019) *Percepción de la ética profesional en un grupo de médicos residentes de un hospital privado*. Tesis De Grado. Universidad Rafael Landívar,



Facultad de Humanidades, Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional.
Guatemala de la Asunción. Guatemala. Concluye que:

El trabajo del médico residente está íntimamente ligado con valores, relación, comunicación con el paciente. Como también establecer metas que conllevan a mucha lectura. El estudio finaliza con una recomendación importante la cual engloba las del capítulo de recomendaciones que es que los médicos residentes actualicen sus conocimientos médicos para poder dar diagnósticos acertados además siempre tomar en cuenta a los familiares de los pacientes entre los límites que se pueda.

Sandoval Gonzales, D. M. (2017) *La Ética en Ingeniería, Procesos Éticos Y Disciplinarios A Ingenieros Profesionales en Colombia*. Tesis De Maestría. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ingeniería, Departamento de Ingeniería de Sistemas e Industrial Maestría en Ingeniería de Sistemas y Computación Bogotá. Colombia. Concluye:

Que la falta de denuncias por parte de la ciudadanía dificulta las acciones de los entes reguladores del ejercicio profesional en Colombia. Así mismo, se identifica una debilidad en la comunicación entre las organizaciones públicas y privadas y las universidades al momento de verificar los requisitos de los profesionales y de hacer cumplir los códigos de ética.

Código Ético Mundial Para El Turismo

Adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999).

Reafirmando los objetivos enunciados en el artículo 3 de los Estatutos de la Organización Mundial del Turismo, y conscientes de la función "central y decisiva" que reconoció a la Organización la Asamblea General de las Naciones Unidas en la promoción y en el



desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como al respeto universal y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión, Movidos por la voluntad de fomentar un turismo responsable y sostenible, al que todos tengan acceso en ejercicio del derecho que corresponde a todas las personas de emplear su tiempo libre para fines de ocio y viajes, y con el debido respeto a las opciones de sociedad de todos los pueblos, Pero persuadidos también de que el sector turístico mundial en su conjunto se favorecería considerablemente de desenvolverse en un entorno que fomente la economía de mercado, la empresa privada y la libertad de comercio, y que le permita optimizar sus beneficiosos efectos de creación de actividad y empleo, Íntimamente convencidos de que, siempre que se respeten determinados principios y se observen ciertas normas, el turismo responsable y sostenible no es en modo alguno incompatible con una mayor liberalización de las condiciones por las que se rige el comercio de servicios y bajo cuya tutela operan las empresas del sector, y que cabe conciliar en este campo economía y ecología, medio ambiente y desarrollo, y apertura a los intercambios internacionales y protección de las identidades sociales y culturales, Considerando que en ese proceso todos los agentes del desarrollo turístico – administraciones nacionales, regionales y locales, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales y organismos de todo tipo del sector turístico–, y también las comunidades receptoras, los órganos de la prensa y los propios turistas ejercen responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo, y que la definición de los derechos y deberes de cada uno contribuirá a lograr ese objetivo.

Artículo 1

Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades



1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.
2. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.
3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.
4. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.
5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies



protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales.

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.

Artículo 2

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.



4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

5. Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

Artículo 3

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.

3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se



impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

Artículo 4

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

2. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de sus propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.

3. Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.



4. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su estandarización y empobrecimiento.

Artículo 5

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.

Artículo 6



Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como a las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral de dichos contratos por su parte.
2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados. Asimismo, asumirán la obligación de rendir cuentas, conforme a las modalidades que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abonar una indemnización equitativa en caso de incumplimiento de sus obligaciones contractuales.
3. En cuanto de ellos dependa, los profesionales del turismo contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.
4. En coordinación con los profesionales interesados y sus asociaciones, las autoridades públicas de los Estados de origen y de los países de destino velarán por el establecimiento de los mecanismos necesarios para la repatriación de los turistas en caso de incumplimiento de las empresas organizadoras de sus viajes.
5. Los Gobiernos tienen el derecho –y el deber–, especialmente en casos de crisis, de informar a sus ciudadanos de las condiciones difíciles, o incluso de los peligros con los que puedan encontrarse con ocasión de sus desplazamientos al extranjero. Sin embargo,



les incumbe facilitar esas informaciones sin perjudicar de forma injustificada ni exagerada el sector turístico de los países receptores y los intereses de sus propios operadores. El contenido de las advertencias eventuales habrá, por tanto, de discutirse previamente con las autoridades de los países de destino y con los profesionales interesados. Las recomendaciones que se formulen guardarán estricta proporción con la gravedad de las situaciones reales y se limitarán a las zonas geográficas donde se haya comprobado la situación de inseguridad. Esas recomendaciones se atenuarán o anularán en cuanto lo permita la vuelta a la normalidad.

6. La prensa, y en particular la prensa especializada en turismo, y los demás medios de comunicación, incluidos los modernos medios de comunicación electrónica, difundirán una información veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística. Asimismo, tendrán el cometido de facilitar indicaciones precisas y fiables a los consumidores de servicios turísticos. Para ese fin, se desarrollarán y se emplearán las nuevas tecnologías de comunicación y comercio electrónico que, al igual que la prensa y los demás medios de comunicación, no habrán de facilitar en modo alguno el turismo sexual.

Artículo 8

Libertad de desplazamiento turístico

1. Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.
2. Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicación disponibles, interiores y exteriores. Se beneficiarán de un acceso rápido y



fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes.

3. Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

4. Los procedimientos administrativos de paso de las fronteras establecidos por los Estados o por acuerdos internacionales, como los visados, y las formalidades sanitarias y aduaneras se adaptarán para facilitar al máximo la libertad de los viajes y el acceso de la mayoría de las personas al turismo internacional. Se fomentarán los acuerdos entre grupos de países para armonizar y simplificar esos procedimientos. Los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente.

5. Siempre que lo permita la situación económica de los países de los que procedan, los viajeros podrán disponer de las asignaciones de divisas convertibles que necesiten para sus desplazamientos.

Artículo 9

Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

1. Bajo la supervisión de las administraciones de sus Estados de origen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, habida cuenta de las limitaciones específicas vinculadas a la estacionalidad de su actividad, a la dimensión global de su sector y a la flexibilidad que suele imponer la naturaleza de su trabajo.



2. Los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.
3. Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificaciones necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de conformidad con la legislación nacional vigente. Se reconocerá a los empresarios y a los inversores – especialmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa– el libre acceso al sector turístico con el mínimo de restricciones legales o administrativas.
4. Los intercambios de experiencia que se ofrezcan a los directivos y otros trabajadores de distintos países, sean o no asalariados, contribuyen a la expansión del sector turístico mundial. Por ese motivo, se facilitarán en todo lo posible, de conformidad con las legislaciones nacionales y las convenciones internacionales aplicables.
5. Las empresas multinacionales del sector turístico, factor insustituible de solidaridad en el desarrollo y de dinamismo en los intercambios internacionales, no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar. Evitarán convertirse en transmisoras de modelos culturales y sociales que se impongan artificialmente a las comunidades receptoras. A cambio de la libertad de inversión y operación comercial que se les debe reconocer plenamente, habrán de comprometerse con el desarrollo local evitando que una repatriación excesiva de sus beneficios o la inducción de importaciones puedan reducir la contribución que aporten a las economías en las que estén implantadas.



6. La colaboración y el establecimiento de relaciones equilibradas entre empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible del turismo y a una repartición equitativa de los beneficios de su crecimiento.

Artículo 10

Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

1. Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva.
2. Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar el de la Organización Mundial del Turismo, y de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional.
3. Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o a la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo a un tercer organismo imparcial, denominado Comité Mundial de Ética del Turismo, con fines de conciliación.(Turismo, 2009).

2.1.2. Antecedentes nacionales

Gordillo Campos, N.E. (2005) *En Actitudes éticas de los profesionales en Enfermería según la percepción de los alumnos del segundo, tercer y cuarto año de enfermería de la U.N.M.S.M. 2003*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos Facultad de Medicina Humana E. A. P. de Enfermería. Lima. Perú. Ha llegado a las siguientes conclusiones:

- 1) Las actitudes éticas de los profesionales de Enfermería percibidas por los alumnos del segundo, tercer y cuarto año de Enfermería en su relación con los alumnos fueron el dominio del área que enseña, se muestra como un Modelo



Profesional, la supervisión de actividades, el soporte o ayuda técnica, la imparcialidad en el trato y el cumplimiento de lo programado en la enseñanza actitudes éticas percibidas frecuentemente y las percibidas ocasionalmente fueron la puntualidad, la permanencia en horas de práctica y el soporte o ayuda emocional: en su relación con los usuarios las actitudes éticas percibidas fueron la comunicación, el respeto a la privacidad, la sensibilidad ante el dolor, la calidez en el trato y el trato individualizado percibidas frecuentemente y en su relación con los profesionales de Enfermería y otros miembros del equipo de salud las actitudes éticas percibidas fueron la capacidad en la toma de decisiones, la honestidad y la solidaridad percibidas frecuentemente: no obstante, la capacidad de trabajo en equipo fue ocasionalmente percibida. 2) Las actitudes éticas de los profesionales de Enfermería percibidas sólo por los alumnos del segundo año de Enfermería en su relación con los alumnos fueron casi similares a lo que percibieron los alumnos de los tres años en conjunto, con la excepción que la actitud ética "Soporte o ayuda emocional" no se percibió ocasionalmente sino frecuentemente; en su relación con los usuarios las actitudes éticas de los profesionales de Enfermería fueron percibidas también en forma similar a las percibidas por los alumnos de los tres años; en su relación con los profesionales de Enfermería y otros miembros del equipo de salud Universidad Nacional del Altiplano Facultad de Ciencias Sociales Escuela Profesional de Turismo 4 las actitudes éticas percibidas fueron la capacidad en la toma de decisiones, la honestidad y la solidaridad percibidas frecuentemente; no obstante la capacidad de trabajo en equipo fue ocasionalmente percibida.



Fernandez Rivera, C. D. (2017) *Factores de la Conducta Antiética en los Abogados Hábiles del Ilustre Colegio de Abogados de Huánuco, 2014 - 2016.*

Universidad De Huánuco. Perú. Sostiene que:

El Colegio de Abogados está cumpliendo con sancionar a todo abogado Colegiado que incumple el código de ética, perjudicando a su patrocinado, asimismo cabe resaltar que este ius puniendi no lo ejerce en forma indiscriminada, sino más bien de forma criteriosa, porque no toda queja administrativa termina siendo admitida, sino que esta debe estar fundamentada en derecho. El desconocimiento del contenido del Código de Ética por parte de los abogados colegiados es muy alto, cual es muy grave, pues en este cuerpo normativo se encuentran las medidas disciplinarias que se impondrían a los abogados que no cumplen con los cánones establecidos en dicho código. Por lo tanto, es deber de todo abogado saber el contenido de este, considerando ello una condición sine qua non. El Colegio de Abogados, está obligado a velar por el decoro, honorabilidad, probidad y el realce de la profesión de abogado, por lo que, si bien una de sus funciones es fiscalizar, ha dejado un poco de lado, la ocupación promover los valores que el abogado debe ejercer, por la profesión digna y noble que realiza.

Legislación sobre los guías de turismo

Este es el caso de la Ley del Guía de Turismo N° 28529 publicada el 25 de mayo de 2005 (Ley Del Guia de Turismo, 2005) que consta de siete artículos y cinco disposiciones finales, complementaria y transitorias. Para los efectos de servir como marco jurídico de esta investigación exponemos presentamos los siguientes artículos:

Artículo 2°. - El Guía de Turismo: Para los electos de la presente Ley, guía de turismo es la persona natural acreditada con el título oficial de guía de turismo, expedido por institutos superiores y centros de formación superior oficialmente reconocidos, que hayan



cursado y aprobado estudios por el lapso mínimo de seis semestres; así como los licenciados en turismo colegiados.

Artículo 3°. - Funciones: Son funciones del guía de turismo:

1. Conducir, guiar y brindar información al turista o grupo de turistas bajo su cargo, sobre los atractivos de orden cultural, natural, folclórico o de acontecimientos programados que sean visitados por el turista.
2. Transmitir valores, costumbres y tradiciones, demostrando en todo momento respeto hacia los turistas.
3. Contribuir a la preservación de monumentos arqueológicos, parques y reservas naturales, así como la identidad cultural y el pluralismo étnico de nuestros pueblos.
4. Informar con veracidad y responsabilidad a los turistas, de acuerdo a trabajos de Investigación actualizados. Fuentes históricas, arqueológicas, antropológicas y sociológicas sobre el lugar en el que desarrollan su profesión.
5. Brindar información básica al turista mientras se encuentre a su servicio.
6. Contribuir a la creación y fortalecimiento de la conciencia turística de la población local, regional y nacional, en aspectos referentes a la protección, preservación y vigilancia del patrimonio cultural, arqueológico, natural y social.

Artículo 4°. – Derechos: Son derechos del guía de turismo;

1. Tener acceso gratuito a museos, monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas de uso turístico, centros de atracción turística, eventos especiales eventos folklóricos y actividades declaradas de interés turístico.
2. Recibir de las Instituciones públicas y privadas facilidades, antes y durante la prestación de sus servicios, para la permanente actualización de sus conocimientos.
3. Tener acceso a fuertes documentales de Investigación para enriquecer su formación.



4. Recibir capacitación y adiestramiento permanente. El Estado es el principal promotor de estas actividades.

Artículo 5 – Obligaciones: Son obligaciones del guía de turismo;

1. Brindar protección básica al turista, dentro de su alcance, mientras se encuentre a su servicio.

2. Tener formación profesional.

3. Dominar por lo menos un idioma extranjero.

4. Orientar al turista para que pueda informar o denunciar ante las autoridades competentes la comisión de delitos, faltas e Infracciones administrativas cometidas por terceros que alertan contra el desarrollo del turismo.

Posteriormente, en la Ley N° 29408, denominada Ley General de Turismo (El Peruano, 2009) en el Capítulo IV, Prestadores de servicios Turísticos , en el Artículo 27°, Prestadores de servicios: se señala “Son prestadores de servicios turísticos las personas naturales y jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividad de los turistas, las que se incluyen en el Anexo número 1 de la presente Ley. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reglamenta en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos. Asimismo, mediante resolución ministerial, se puede ampliar la relación de prestadores de servicios turísticos incluidos en el Anexo núm. 1.

Anexo N° 1; Relación de prestación de servicios turísticos

Son prestadores turísticos los que realizan las actividades que se mencionan a continuación:

a) Servicios de hospedaje,



- b) Servicios de agencias de viajes y turismo,
- c) Servicios de agencias operadoras de viajes y turismo,
- d) Servicios de transporte turístico,
- e) Servicios de guías de turismo
- f) Servicios de organización de congresos, convenciones y eventos,
- g) Servicios de orientadores turísticos,
- h) Servicios de restaurantes, y
- i) Servicios de centros de turismos termales y/o similares,
- j) Servicios de turismo aventura, ecoturismo o similares,
- k) Servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

Además, en la misma Ley en el Título IX sobre Conducta del Turista y Prevención del Explotación Sexual Comercial Infantil y Adolescente en el Ámbito del Turismo:

Artículo 43°. - Conducta del Turista: Los turistas nacionales y extranjeros están obligados a conducirse respetando el derecho de las personas, el ambiente, el patrimonio cultural y natural de la Nación, así como las condiciones multiétnicas de la sociedad peruana, creencias, costumbres y modos de vida de los pobladores de las localidades que visiten.

Los prestadores de servicios deben comunicar, difundir y publicar la existencia de normas sobre la prevención y sanción de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes; así como la prohibición del uso de estupefacientes, de acuerdo a lo estipulado en el Código Penal y normas complementarias.

Artículo 44°. - Prevención de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo: El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene competencia para coordinar, formular y proponer la expedición de normas que se requieran para prevenir y combatir la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo. Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y



Turismo elabora y ejecuta, en coordinación con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y los sectores involucrados, los programas y proyectos de alcance nacional vinculados a esta problemática. Los gobiernos regionales y locales tienen la obligación de adoptar medidas de prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo, en sus respectivas circunscripciones territoriales. De acuerdo al análisis de las leyes vinculadas a la actividad turística, no existen regulaciones éticas y morales respecto a la actuación de los guías de turismo en el territorio peruano, pues cualquier disputa o posición de dominio o en cobro de “Chikatas” o “Comisiones” podrían ser legales por ser acuerdos entre terceros. Finalmente, el hecho de que las comisiones sean ilegales o legales, esta investigación desea medir la percepción del poblador Uro sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos.

Código de Ética

PRIMER POSTULADO.- Es aplicable a todo Licenciado en Turismo en Actividad o por el hecho de serlo, sin importar la índole de su actividad o especialidad tanto en el ejercicio independiente o cuando actué como funcionario o empleado de Instituciones Públicas o Privadas.

Artículo 1.- Los Licenciados en Turismo tienen la obligación de regir su conducta de acuerdo a las reglas contenidas en este Código, las cuales deberán considerarse mínimas pues se reconoce la existencia de otras normas de carácter moral cuyo espíritu amplía el de las presentes.

Artículo 2.- Este Código de Ética rige la conducta del Licenciado en Turismo en su relación con el público en general, con quien patrocina sus servicios y sus colegas de profesión, y le será aplicable, cualquiera sea la forma que revista su actividad, especialidad que cultive, o la naturaleza de la retribución que perciba por sus servicios.



Artículo 7.- El Licenciado en Turismo no debe aconsejar ni intervenir cuando su actuación profesional permita, ampare y facilite actos incorrectos o punibles; pueda utilizarse para confundir o sorprender la buena fe de terceros; usarse en forma contraria al interés público, a los intereses de la profesión o para burlar la ley.

Artículo 14.- Son actos contrarios a la ética profesional e incompatible con el comportamiento digno y honorable de los miembros del Colegio de Licenciados en Turismo, lo siguiente:

- a) Atribuirse a adjudicarse ideas o documentos de los que no se es autor.
- b) Injuriar o hacer comentarios directa o indirectamente de otro colega, cuando dichos actos perjudiquen su reputación, su clientela futura, sus intereses, o el prestigio de la profesión.
- c) Nombrar o intervenir para que se nombre en cargos o para el control, vigilancia de la labor profesional propias del ámbito específico que trata éste Código de Ética, a personas carentes de Títulos de Licenciado en Turismo.
- d) Recibir, ofrecer o dar beneficios de cualquier especie para gestionar, obtener o acordar designaciones o el encargo de trabajos profesionales.
- e) El intento de sustituir a cualquier Licenciado en Turismo a sabiendas de que ya se han adoptado medidas para su nombramiento o contratación.
- f) Tratar de reemplazar en el cargo a otro Licenciado en Turismo hasta tanto éste último no haya terminado la prestación de sus servicios. Es indispensable cuando reemplace a otro Licenciado en la prestación de servicios profesionales, se dirija a él para informárselo.
- g) Tratar de sustituir a un colega mientras esté desempeñando un cargo público o privado. La falta será grave si para ello se utilizan procedimientos políticos - partidaristas o cualquier otra forma segregacionista.



h) Valerse de la ventaja del desempeño de un cargo para competir deslealmente con otros colegas; o para impedir la publicación y difusión de investigaciones o de las actividades individuales o institucionales de los Licenciados en Turismo.

i) Fijar e influir en las asignaciones de los honorarios por servicios profesionales de los Licenciados en Turismo, cuando tales honorarios representan una compensación inadecuada.

Artículo 15.- El Licenciado en Turismo deberá abstenerse de entablar competencia con otro colega, reduciendo sus honorarios o tratando de ofrecer sus servicios por una cantidad inferior, después de tener conocimiento de los honorarios fijados por su competidor.

Artículo 18.- Sin el consentimiento de todas las partes interesadas, el licenciado en Turismo no debe aceptar compensaciones económicas o de otra índole, que provengan de más de una de las partes interesadas, por razón del mismo servicio prestado, o por servicios relacionados con el mismo trabajo.

Artículo 19.- El Licenciado en Turismo no podrá aceptar para sí mismo, comisiones o gratificaciones que provengan de las partes contratantes o de otras partes interesadas que mantengan relaciones con su cliente en cuanto al trabajo del que es responsable.

Artículo 33.- El Licenciado en Turismo deberá cimentar su reputación en la honradez, laboriosidad y capacidad profesional, observando las reglas de ética más elevadas en sus actos y evitando toda publicidad con fines de lucro o autoelogio. No deberá anunciarse o solicitar trabajo por conducto de medios masivos de comunicación o de otros que menoscaben la dignidad del Licenciado en Turismo o de la profesión en general.

Artículo 37.- El monto de la retribución económica que perciba el Licenciado en Turismo ha de estar de acuerdo con la importancia de las labores a realizar, el tiempo que a esa



labor se destine, el grado de especialización requerido; en todo caso tiene la obligación de convenir como mínimo los honorarios que fije el arancel del Colegio.

Artículo 38.- El Licenciado en Turismo no debe aceptar participaciones ni comisiones por asuntos que, en el ejercicio de la actividad profesional, se encomiende a otro colega, salvo las que correspondan a la ejecución conjunta de una labor o surjan de la participación en asociaciones de profesionales.

Artículo 40.- El Licenciado en Turismo en ningún caso podrá solicitar comisiones por la obtención de un puesto o trabajo profesional, Sólo podrá conceder participación en los honorarios o utilidades derivadas de su trabajo a personas o asociaciones con quienes comparta el ejercicio profesional.

Artículo 48.- Está obligado a considerar a todos sus subordinados en igual plano, respecto a las condiciones de trabajo, relaciones humanas, igualdad de oportunidades , sin discriminaciones por razones de política, raza, doctrina, credo, etc.

Artículo 52.- El Licenciado en Turismo no deberá aceptar o tolerar que el personal a su cargo acepte cualquier comisión comercial, descuento u otro tipo de retribución, en relación al suministro de servicios a sus clientes o patrocinadores.

Artículo 54.- Todo Licenciado en Turismo que tenga pruebas de que cualquier miembro de la orden ha infringido el Código de Ética Profesional está obligado a plantear la cuestión al Tribunal de Honor, así como a denunciar de inmediato el ejercicio ilegal de la profesión.

Artículo 59.- El Licenciado en Turismo que viole este código se hará acreedor a las sanciones que le imponga el Consejo Nacional a través del Tribunal de Honor.

Artículo 60.- El Consejo Nacional nombrará un Tribunal de Honor permanente, que fiscalizará el cumplimiento del presente Código. El Tribunal de Honor actuará de oficio



ante el conocimiento del caso, elevando su dictamen oportunamente al Consejo Directivo, con copia a los Consejos Regionales.

Artículo 62.- Según la gravedad de la falta, la sanción podrá consistir en: 1. Amonestación privada 2. Amonestación pública. 3. Suspensión temporal de sus derechos como colegiado. 4. Expulsión. 5. Denuncia Judicial, u otras ante las autoridades competentes por las violaciones a la Constitución Política y a las normas legales que rigen el ejercicio profesional.(Código de Ética, 2014).

2.1.3. Antecedentes locales

En Puno, cuando se visita la Biblioteca Central de la Universidad Nacional del Altiplano, no se encuentran investigaciones relacionadas al comportamiento ético profesional a pesar que la Universidad Nacional de del Altiplano de Puno, existen más de 24 Escuelas Profesionales. En lo que respecta a la actividad del guiado de vez en cuando aparecen titulares ocasionales en periódicos regionales, principalmente relacionados a las “chikatas” y chantaje sexual pero jamás denunciados en el Ministerio Publico de Puno.

Guía de turismo.

Profesional turístico cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita, viaje u otro servicio técnico-informativo turístico. Según las normas legales españolas, la actividad propia del guía de turismo es aquella que va encaminada a la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información, asistencia al turista, tanto en material monumental, artístico o histórico, como en comunicaciones, alojamiento y en general acerca de cuanto pueda ser de interés con el fin de transmitir un perfecto conocimiento de nuestro patrimonio turístico y una eficaz utilización de los medios existentes, al servicio de viajeros y turistas. Su ámbito de trabajo es local, provincial o de comunidad autónoma. La función de los informadores turísticos es la que realizan los guías, los guías-intérpretes y correos de turismo. Para el ejercicio



de la profesión en empresas privadas se necesita el título de Técnico de Empresas Turísticas o Técnico en Empresas y Actividades Turísticas. Los guías de turismo pueden tener diversas denominaciones, según el tipo de información que cubren y su ámbito geográfico, entre otras: guías de museos, monumentos, etc.; guías locales (ciudades, pueblos); guías de ruta, o guías de actividades específicas (de montaña, de esquí, etc.)
Montaner Montejano, J. (1998)

Las Islas Turísticas de los Uros

En la actualidad, al este de la ciudad de Puno, se encuentran un conjunto de casi 100 islas artificiales hechas de Totorá, planta acuática que crece a orillas del lago Titicaca, en las que habitan personas pertenecientes a la etnia de los Uros. Según, cifras en la DIRCETUR – Puno que estas islas son visitadas por 750,00 turistas extranjeros al año. Para ingresar a estas islas turísticas se ha establecido un ticket de ingreso de 8.00 soles para turistas extranjeros y de 5.00 soles para turistas nacionales, dinero que, recaudado y gestionado por el presidente de la Comunidad de los Uros, En la actualidad son 3500 habitantes (Dircetur Cusco, 2018).

2.2.MARCO TEÓRICO

2.2.1. Ética

Según (Zacarías Torres, 2014). Citando a Rafael Gamba, “dice que ética es la parte de la filosofía que estudia las leyes de la licitud o moralidad de los actos y su fundamento”; Citando a Adolfo Sánchez Vázquez señala que “ética es la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad” (p.24)

Según (Betancur Jiménez, 2016) afirma lo siguiente:

Podría decirse que la moralidad tradicional ha cambiado; en los decires de los estudiantes muchas de las definiciones y afirmaciones se repiten. Al definir la ética y la moral, las definen como normas, parámetros, reglas que rigen el comportamiento de los humanos.



Estas normas se ubican en el exterior, un sujeto ético es quien las cumple, en la actualidad estas definiciones se han constituido en una verdad generalizada; es así que esta significación permea y produce un efecto en el imaginario que toma fuerza y ratifica la costumbre como si fuera una ley referida al cumplimiento de normas, sin reflexión y ubicadas afuera, en la exterioridad. (p, 10).

Ética es una palabra curiosa porque encierra significados diversos que No necesariamente se compaganin proviene de los griegos, Quiénes llaman “ethos” al lugar que se habita la morada y en consecuencia, se referían a la acción de habitar haciéndolo acostumbrado de ese lugar. El hábito o la costumbre de vivir de cierto modo y no de otro, es objeto de reflexión porque los seres humanos no actúan en función de sus instintos si no que puede obrar de un modo o de otro, es decir, les asiste la libertad por actuar. (Ávalos Tenorio, 2016)

La ética profesional es una obligación para todos los profesionales que se desempeñan en funciones de Guía de Turismo, es indispensable que siempre se tengan en consideración los siguientes principios básicos. Dircetur Cusco, (2018)

- Ser honesto, honrado y veraz en la información que brinda.
- No dar información que perjudique la imagen, del país, de la ciudad y/o del tour operador a cargo de los servicios.
- No realizar acciones o actividades que perjudiquen al tour operador o a sus turistas.

2.2.2. Moral

En el libro electrónico titulado Introducción a la Ética menciona que “la moral se distingue de la moralidad por cuanto que esta última es la operacionalización de la moral; es decir, la moralidad trata sobre el conjunto de actos concretos que llevan a cabo las personas, de acuerdo con la moral que prevalece en la sociedad de que se trate. La moralidad de un acto no consiste en el contenido del acto mismo, sino en la manera en



que realicemos ese acto. Sólo es moral la conducta humana, que es la expresión de un principio racional y que se practica voluntariamente”. (Zacarías Torres, 2014,p,29)

En el libro (Salazar Bondy, 1961) nos menciona que el conocimiento de lo bueno y lo malo, de lo justo y lo Injusto, del deber y la culpa. Discernir lo que es moralmente correcto y lo que no lo es. Reconocer y acatar obligaciones aceptar responsabilidades son cosas que sólo los hombres son capaces de hacer justamente a este darse cuenta de los valores y deberes de la conducta aluden muchas frases Morales que estamos muy habituados a oír y emplear por ejemplo los dictados de la conciencia, la voz de la conciencia, obedecer a su conciencia, su conciencia lo acusa.

La acción moral ese necesariamente, en primer término una acción consciente. Pero no es sólo esto. Ciertamente, el sujeto tiene que darse cuenta del acto que realiza, pero además debe ser consciente de los medios de que dispone para actuar. Pero estos medios, así como los fines que persigue. No pueden ser neutralmente consideradas. El sujeto los valora, los califica de acuerdo a los deberes que reconoce. La acción moral implica actos valorativos y por tanto comporta todos los ingredientes autoconocimiento y acción moral. (Salazar Bondy, 1961,p,146)

Indica que los seres humanos, independiente de la cultura que nos hizo y nos vio crecer, tenemos claro que no está bien hacer daño a los demás y por el contrario estamos impulsados a hacer el bien y a ser más de lo que hacemos y de lo que somos. Estos interrogantes tienen relación con la Ética y con el Derecho. Nos invitan a reflexionar sobre la moral, la ética, el Derecho y la cultura, para encontrar fuentes teóricas que permitan seguir haciendo aproximaciones a la respuesta al problema planteado.

La moral consiste en una serie de normas, reglas, valores, ideas y creencias; en base a las cuales un ser humano viviendo en sociedad manifiesta su conducta. En términos sencillos, la moral es el manual virtual o informal por el cual el individuo sabe cómo tiene



que actuar. No obstante, existe un punto de quiebre entre el significado que diferentes corrientes le atribuyen a este concepto. Mientras hay quienes lo limitan solo a las costumbres y los valores de una sociedad; otros le atribuyen la característica de poder discernir entre lo bueno y lo malo. La moral, desde un punto de vista más sociológico, es el conjunto de normas que surgen de la propia sociedad y que solo gracias a ella cobran la fuerza necesaria para imponerse a toda la población. Sin embargo, cualquiera sea la interpretación que se haga es importante destacar que existen dos elementos de los cuales la moral no puede ser separada: la cultura, y la ética. En el caso de la cultura, es justamente ella la que permite crear estas reglas de la moral y que sean aceptables para todos los miembros de la sociedad. Si bien no se desprende directamente de ella, tienen gran influencia una sobre el otro producto del nivel de importancia que se le otorga a los usos y costumbres propios de cada región en cada una de ellas. Es por esto que quizás podría resultar moralmente incorrecto, por ejemplo, para un habitante de Uruguay lo que para un habitante de China u otro país oriental sería moralmente correcto, debido, y reconocido. Estela Raffino, M. (2020)

2.2.3. La ética y la moral

A través de la historia el primero en disertar sobre la Ética fue Aristóteles quien tuvo una vida agitada en una era agitada. Al nacer el filósofo (384 a.C.), las ciudades estado de la antigua Grecia, las polis, se disputaban la hegemonía en la Hélade, un conjunto de territorios que compartían la conciencia de ser, o de considerarse, el «mundo civilizado». Las polis eran en principio totalmente autónomas, es decir, eran una suerte de ciudades estados. En las polis se discutía ¿qué significa «vivir de la mejor manera»? ¿Cómo puede el hombre conseguir este objetivo? Aristóteles busca respuestas a estas preguntas mediante su investigación práctica, asignando a las ciencias ética y política la tarea de estudiar la conducta (o el modo de conducirse por la vida) de los hombres. Y el



conjunto de estas preguntas y respuestas configurarían la filosofía práctica aristotélica, una filosofía que, además de perseguir la verdad, pretende influir en la acción de los hombres. Por lo tanto, la ética trata nada más, y nada menos, que de entender qué acciones pueden permitir al hombre, en tanto que individuo y parte de una comunidad, «vivir de la mejor manera». Según de las tres obras éticas que se le atribuyen, “Ética a Eudemo”, “Magna Moralia” y “Ética a Nicómaco”, aún hoy se discute la autoría de las dos primeras. Pocas dudas hay de que sea el autor de la tercera. En todo caso, la Ética a ‘Nicómaco es, de las tres, la obra más madura y la que ha predominado como fuente para analizar la filosofía moral aristotélica, En Nicómaco, Aristóteles sostiene que todo tiene un fin y establece una secuencia de fines hasta llegar al “Fin Ultimo” que es la “Felicidad”. De lo expuesto, se podría preguntar, siguiendo a Aristóteles, ¿Se puede ser feliz creando la infelicidad en el otro? O la denominada “chikata” es una estrategia tanto de los guías que poseionan a los compradores de artesanía (los turistas) como de los pobladores Uros que se convierten en vendedores de la artesanía ofrecida por ellos. ¿Habrá el “punto medio” en estas transacciones comerciales que permita alcanzar fines para ambos actores que nos permita conciliar un Código de Ética? Hasta la redacción de este proyecto, se ha encontrado que el código de ética para la actividad turística planteado por el CALTUR entre el guía turístico y la Agencia de Viajes y Turismo. Ruiz Trujillo, P. (2015)

2.2.4. Percepción

En la cotidianidad se suele pensar que lo percibido corresponde exactamente con los objetos o eventos de la realidad y pocas veces se piensa que las cosas pueden ser percibidas de otra manera, porque se parte de la evidencia, raras veces cuestionada, de que lo percibido del entorno es el entorno mismo y ni siquiera se piensa que las percepciones sean sólo una representación parcial de dicho entorno, pues lo que se presenta como evidente sólo lo es dentro de un cierto contexto físico, cultural e



ideológico. En este sentido, la percepción es simultáneamente fuente y producto de las evidencias, pues las experiencias perceptuales proporcionan la vivencia para la construcción de las evidencias; al mismo tiempo, son confrontadas con el aprendizaje social donde los modelos ideológicos tienen un papel importante en la construcción de elementos interpretativos que se conciben como la constatación de la realidad del ambiente. (Vargas Melgarejo, 1994)

La percepción de una persona o de algún fenómeno depende del reconocimiento de emociones, a partir de las reacciones de las personas; también se forman las impresiones, a partir de la unión de diversos elementos informativos que se recolectan en los primeros instantes de interacción. Y también, en tercer lugar, por atribuciones causales, o búsqueda de alguna causa que explique la conducta y los hechos. En cualquier caso, lo que parece evidente es que los sentimientos, pensamientos y conductas respecto a las personas estarán mediatizados por el tipo de causa a la que se atribuya su conducta. (Arias Castilla, 2006)

2.2.5. Poblador Uro

Según (Natalie Anders, 2017) El poblador uro antiguamente era analfabeto, ya que se hallaba internado en las profundidades del lago, en sus islas y desconocía la existencia de centros que impartían instrucción, por lo tanto no daban importancia a la educación de sus hijos.

2.2.6. Comportamiento

El comportamiento es la manera en la cual se porta o actúa un individuo en la vida o cualquier otro actor social. Es decir, el comportamiento es la forma de proceder que tienen las personas u organismos ante los diferentes estímulos que reciben y en relación al entorno en el cual se desenvuelven. Manera en la cual se conduce una persona u otro



actor social y que nos permite conocer cómo es a través de sus acciones u omisiones.
(Ucha Florencia, 2011)

. El comportamiento humano, de acuerdo a la Psicología, son todas las actividades expresadas físicamente por el ser humano y todos sus procesos mentales manifestados por medio de expresiones orales como los sentimientos y los pensamientos, que un individuo manifiesta cuando se encuentra en una situación social en particular. Casi todos nuestros comportamientos conscientes son motivados, es decir que buscan satisfacer un deseo, el cual es la manifestación sentida de una necesidad. Nuestras actitudes son conductas, conscientes o inconscientes, que emprendemos como respuesta al estímulo percibido y que proviene de otro ser vivo, de algún fenómeno natural o de algún objeto en particular.(Cobo, 2011)

El comportamiento en la búsqueda de información se centra en las actividades del individuo, las cuales responden a las tendencias del medio, de aquí que conviene determinar los estímulos de entrada que para este caso están representados por las necesidades de información, tanto diferidas como inmediatas; las respuestas equivalen a las acciones que el individuo debe llevar a cabo en su búsqueda de información. El funcionamiento del comportamiento se encuentra en el centro de los cambios de conducta en reacción a las modificaciones del medio, pues considera la forma en que un individuo aprende a producir respuestas que le permiten adaptarse a su entorno.(Salazar et al., 2007)

La definición de la palabra comportamiento nos lleva a determinar que es sinónimo de conducta, es decir, que podemos utilizar las frases comportamiento o conducta en la búsqueda de información. En cuanto al proceso, podemos decir que también es sinónimo, si retomamos sólo su esencia básica de actividad o acción humana.(Salazar et al., 2007)



2.2.7. Guía de turistas

El profesional Guía de Turistas es la persona que interpreta, enseña e informa al turista sobre el patrimonio, la riqueza histórica, natural, sociocultural, acontecimientos o eventos programados; brindando esta información en el idioma del visitante. Se convierte en un embajador de su país, ya que la imagen que el turista se forma sobre su país que visita, depende íntimamente del guía y de la forma como lo presenta, en tal sentido este juega un papel importante en el éxito de la actividad turística ya que es la persona que se encuentra en contacto directo con el turista durante casi toda su visita.

El profesional Guía de Turistas es la persona que interpreta, enseña e informa al turista sobre el patrimonio, la riqueza histórica, natural, socio cultural, acontecimientos o eventos programados de una región o ciudad, que es visitada por el turista; brindando esta información en el idioma del visitante. Manual de buenas prácticas, guías de turismo y operación turística. Dircetur Cusco, (2018)

El profesional Guía de Turistas es la persona que interpreta, enseña e informa al turista sobre el patrimonio, la riqueza histórica, natural, sociocultural, acontecimientos o eventos programados; brindando esta información en el idioma del visitante. Se convierte en un embajador de su país, ya que la imagen que el turista se forma sobre su país que visita, depende íntimamente del guía y de la forma como lo presenta, en tal sentido este juega un papel importante en el éxito de la actividad turística ya que es la persona que se encuentra en contacto directo con el turista durante casi toda su visita. Dircetur Cusco, (2018)

2.2.8. Guía de turismo

Según (Ministerio de Comercio exterior y Turismo, 2007) El Guía de Turismo la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y



desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta. Al ser el profesional que brinda el servicio más directo y personal al turista, humaniza la actividad turística, combinando el “calor humano” con la transmisión de información, la que brinda en forma clara e interesante, con explicaciones de interés, sin intención política ni discriminación, pero sí con contenido, con veracidad, con interés y motivación. Este intercambio permite el buen entendimiento y valorización de la cultura o recurso turístico del lugar visitado, de forma tal que el visitante puede convertirse en un entusiasta difusor, que redundará en un efecto multiplicador de posibles nuevos visitantes. De su gestión, entonces también depende el porvenir de la actividad turística. Los Guías de Turismo son los responsables de enseñar e interpretar la cultura de un país y de mostrar las riquezas culturales y naturales del mismo. Transmiten el amor y respeto hacia el patrimonio y crean conciencia nacional en sus habitantes.

2.2.9. Características de los guías.

Según Ministerio de Comercio exterior y Turismo, (2007) El Guía de Turismo debe desarrollar paralelamente un sistema de valores bastante sólido y un sistema de competencias integral. Entre los principales valores podemos destacar: Honestidad, responsabilidad, solidaridad, justicia, identidad cultural, entre otros. En el ámbito de las competencias, el Guía de Turismo debe desarrollar competencias en dos aspectos generales: • Actitud de servicio: Predisposición, pro actividad, sonrisa, amabilidad, empatía, etc. • Conocimientos aplicados al turismo: - Científicos: Geográficos, históricos, arqueológicos, arquitectónicos, ecológicos, psicológicos, etc. - Idiomáticos: al menos un idioma extranjero. - Prácticos: Rutas, horarios de servicios, clima, cambio de moneda, idiosincrasia de diversas culturas, primeros auxilios, etc.



2.2.10. La actividad turística

Es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a atraer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Afición a viajar por placer. De acuerdo con la nueva Universidad Nacional del Altiplano Facultad de Ciencias Sociales Escuela Profesional de Turismo 7 definición de la OMT (Conferencia de Ottawa, 1993), por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos. De la nueva definición se pueden extraer las siguientes conclusiones: a) La noción de “entorno habitual” queda excluida del concepto propio de turismo, así como los desplazamientos que tienen carácter rutinario. b) La noción de “duración” en el tiempo por un espacio inferior a un año implica que se excluyan las migraciones a largo plazo. c) La noción de “motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”, implica que se excluyan los movimientos migratorios de carácter local. Asimismo, las nuevas definiciones incluyen los siguientes conceptos: a) Turismo interno, el que ejercen los turistas residentes de un país dentro del mismo. b) Turismo receptor, el que realizan los turistas no residentes del país al que viajan. c) Turismo emisor, el que realizan los turistas residentes de un país a otro diferente. El turismo interno y receptor constituyen el turismo de interior; el turismo interno y receptor dan lugar al turismo nacional, y el receptor y emisor, al turismo emisor. El turismo, como objeto de estudio y análisis científico, no constituye aún una especificidad, sino un fenómeno examinado desde diversas ópticas y enfoques. El análisis del turismo desde la perspectiva de las motivaciones y necesidades que inducen al desplazamiento, así como la conducta de la demanda y de la oferta turística en el marco



de esta actividad, establece un enfoque psicológico y antropológico. Los sociólogos lo examinan en cuanto al estímulo que provoca en los cambios de la estructura social y en los comportamientos transpersonales, reflejado en los grupos, organizaciones, sociedades y masas; desde un punto de vista económico, el turismo se contempla como una actividad que influye en las magnitudes macroeconómicas y microeconómicas de la sociedad (precios, renta nacional, producción, balanza de pagos, desarrollo de las regiones, etc.); por último, debe citarse el enfoque geográfico e histórico-cultural, que incide, en el espacio y en el tiempo, en el desarrollo turístico, basado en el patrimonio natural, humano y cultural. Montaner Montejano, J. (1998).

2.2.11. Chikata

Tradicionalmente, el pueblo aimara ha practicado formas de trabajo colectivo y relaciones de reciprocidad, dentro de los cuales están la minka (ayuda solicitada), el ayni (ayuda recíproca con el trabajo), la arkataya (dar una mano de ayuda), el waki o chikata (cultivar a medias o para distribuir por iguales), la satja y phaja (sembríos de tubérculos o granos que se permite a los indigentes) (Arias y Polar, 1991). Estas formas de trabajo colectivo tienen sentido en tanto conforman una comunidad de personas y refiere a un uso colectivo a la tierra. Los vínculos entre las familias que habitan las comunidades aimaras se refuerzan también mediante el parentesco ceremonial, aquel que se constituye mediante el rito de padrino o madrinazgo y se formaliza a través de bautizos y matrimonios. Este vínculo, en ocasiones, puede llegar a generar vínculos más fuertes que el consanguíneo. Este tipo de parentesco permite ampliar la noción de familia. (Vilca Huayta, 2021)

"Chikata" vocablo quechua que significa compartir mitad a mitad el valor de un servicio. En términos de la práctica comercial del turismo en Taquile, significa, que por el consumo de un almuerzo de cada turística que es llevado a un restaurante por el guía o



tourist conductor, este último tiene derecho a percibir el 50% del valor del menú consumido.(Alcántara Hernandez, 2012)

Inserción desventajosa en las redes de los mercados segmentados del turismo y la ideología rentista de los agentes externos, que distorsionan el acceso a la demanda turística por servicios al imponerles la modalidad de la "Chikata"(Alcántara Hernandez, 2012)

2.2.12. Comisión

El comisionista (denominado también agente o intermediario) es una persona que compra o vende mercancías, a veces en su propio nombre, pero siempre por cuenta de un comitente. Toma parte en la concertación de un contrato de venta, representando bien al vendedor bien al comprador.(La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2015)

Cuando el corredor es remunerado por el proveedor de las mercancías, normalmente estará incluido en el precio de factura el costo total del corretaje; en tales casos no se plantea ningún problema para la valoración. En el caso de que no esté incluido todavía, y corriera a cargo del comprador, deberá añadirse al precio pagado o por pagar. En cambio, cuando el corredor es remunerado por el comprador, o cuando cada una de las partes en la transacción paga una parte de los gastos de corretaje, éstos deben añadirse al precio realmente pagado o por pagar si corren a cargo del comprador, si no están ya incluidos en dicho precio y si no constituyen una comisión de compra.(La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2015)



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo el siguiente proceso: se observó el fenómeno; es decir, el momento de la actividad turística la interacción entre los pobladores de la isla flotante de los Uros y los guías de Turismo; concepción de hipótesis para explicar dichos acontecimientos; luego, deducir de las consecuencias a proposiciones más elementales hacia la propia hipótesis formulada, para su posterior comprobación de la verdad las hipótesis formuladas con la experiencia. Con todo lo mencionado, el presente trabajo presenta una metodología hipotética – deductiva (Sampieri et al., 2014).

3.2.TIPO DE INVESTIGACIÓN

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).

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, porque se analizarán datos que se obtienen a través de las encuestas realizadas a los pobladores de los Uros.

De diseño transeccional o transversal, porque se recolectarán los datos en un momento y espacio único.

De alcance descriptivo; se especifica los motivos por las cuales los pobladores de los Uros comisionan o dan Chikata (termino aymara) al guía de turismo, sobre el consumo total que tuvieron en la isla los turistas como compra de artesanías y los paseos en balsas;



y de acuerdo a los motivos que indican, generar el instrumento de investigación para analizar y describir las actitudes éticas y morales de acuerdo a los resultados.

3.3. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Revisión documental

Técnica que permitió analizar investigaciones referentes al objeto de la presente investigación, como los planteamientos, objetivos, metodologías y resultados; artículos científicos, y teorías sustantivas acerca de la propuesta de investigación, diferenciado temporal y espacialmente.

3.3.2. Encuesta

La encuesta, fue el instrumento que permitió la recolección de datos de la muestra correspondiente, a través de preguntas objetivas para evaluar la variable moral, y a través de una encuesta a escala Likert del instrumento de medición de la variable ética. Que fueron abordadas al jefe de familia de cada Isla Flotante los Uros, para que plasme su valoración acerca de cómo perciben la ética y la moral de los guías de turismo, capitán de las embarcaciones, correspondiente a las agencias de Viajes.

3.3.3. Procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados se integraron en el procesador de datos que es SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) de manera ordenada y clasificada, que comprende un proceso manual.

3.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

3.4.1. Variable independiente

Comportamiento ético de los guías turísticos.

3.4.2. Variable dependiente

Percepción moral de los pobladores de las islas turísticas de los uros.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	ITEMS
Comportamiento ético de los guías turísticos.	Moral Ética Profesional	Comisión al guía Porcentaje de la Comisión Preventas exigidas: dinero, alimentación, bebidas.
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	CATEGORÍAS
Percepción moral de los pobladores de las islas turísticas de los uros.	Actitudinal Afectiva Cognitiva	Escala de Likert: Siempre A veces Nunca

Fuente: Cuadro elaborado para la Operacionalización de variables.



3.6. LA POBLACIÓN Y/O UNIVERSO

Para la presente investigación la población de estudio es de 100 Islas flotantes de los Uros, comprendidas entre las islas familiares, capitales y hospedajes.

3.7. MUESTRA

Para calcular el tamaño de muestra a investigar, se considera la siguiente fórmula para poblaciones finitas

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{100 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 * (100 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$
$$n = 67.19$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N=total población

$Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p=proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en su investigación use un 3%).

El tamaño de muestra mínima requerido es de 68 encuestadas de las Islas flotantes de los Uros, comprendidas entre las islas familiares, capitales y hospedajes. A mayor número de encuestados, mayor precisión en los datos obtenidos.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUCION

4.1. EVALUACIÓN PERCEPCION DEL POBLADOR URO SOBRE EL COMPORTAMIENTO ETICO Y MORAL DEL GUIA TURISTICO -2020

A continuación, se expone y analiza los resultados de la encuesta aplicada a los pobladores de la Isla Flotante de los Uros. Toda esta exposición y análisis se ha llevado a cabo a una muestra de 68 jefes de la cada Isla de una población de 100 islas, con una confianza del 95% y 5% de error.

4.1.1. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?

Tabla 2

¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?

¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?

Respuestas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	67	98.5%
No	1	1.5%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

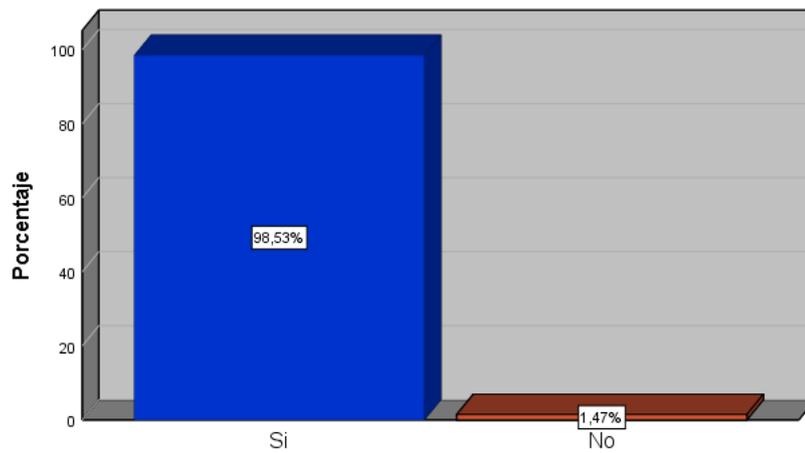


Figura 1 ¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se observa que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas, acompañados de sus guías, El poblador debe brindarle desayuno y/o almuerzo al guía por haber arribado a su isla con los turistas.

En la tabla 1, el 98.5 % de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que se debe brindar desayuno y/o almuerzo al guía turístico y el 1.5% menciona lo contrario.

4.1.2. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?

Tabla 3

¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?

¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	66	97.1%
No	2	2.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

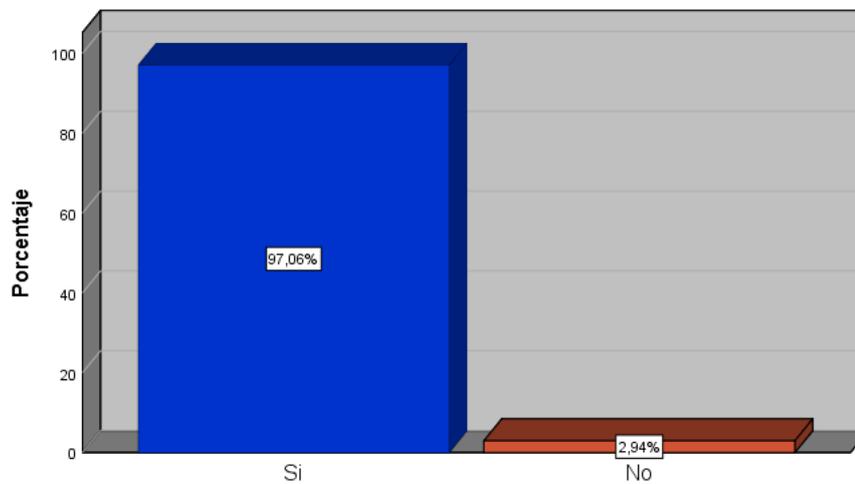


Figura 2 ¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.



Se observa que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas vienen acompañados de un capitán de lancha, El poblador debe brindarle desayuno y/o almuerzo al capitán de la lancha por haber arribado a su isla con los turistas.

En la tabla 2, el 97.1 % de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que se debe brindar desayuno y/o almuerzo al capitán de la lancha y el 2.9% menciona lo contrario.

4.1.3. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?

Tabla 4

¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?

¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	67	98.5%
No	1	1.5%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

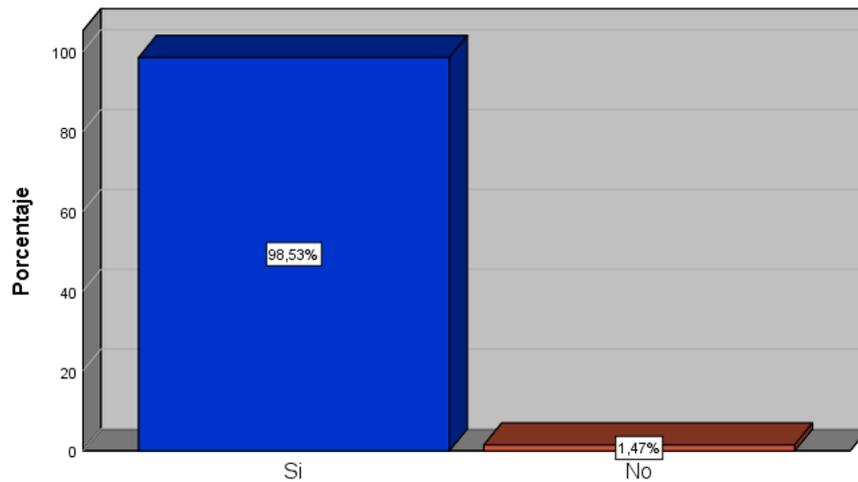


Figura 3 ¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se denota que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas vienen acompañados de un guía de turista, El poblador le da comisión por los consumos que tuvieron los turistas.

En la tabla 3, el 98.5 % de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que se le da comisión al guía de turismo y el 1.5% menciona que no dan comisión al guía de turismo.

4.1.4. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?

Tabla 5

¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?

¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	58	85.3%
No	10	14.7%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

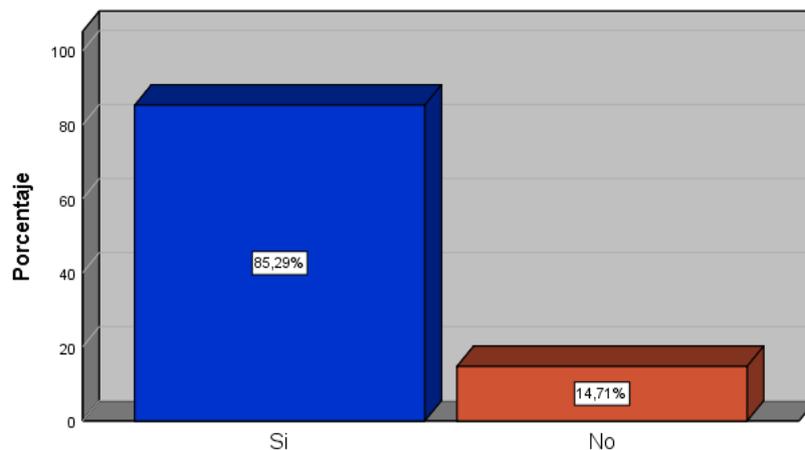


Figura 4 ¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se muestra que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas vienen acompañados de un guía de turista y capitán de la lancha, El poblador Uros le da comisión por las compras de artesanías hechas por los turistas.

En la tabla 4, el 85.3% de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que se le da comisión al capitán de la lancha y el 14.7% menciona que no dan comisión capitán de la lancha.

4.1.5. Percepción Del Poblador Uro ¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?

Tabla 6

¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?

¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	8	11.8
No	60	88.2
Total	68	100

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

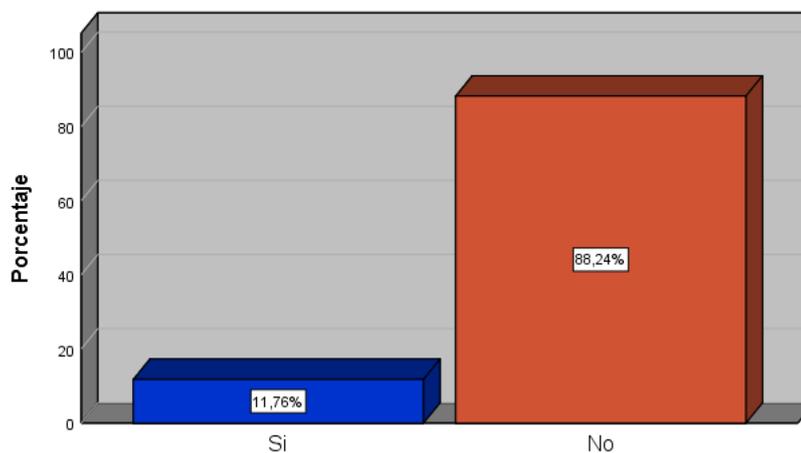


Figura 5 ¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.



Se da a conocer que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas, enviados por las agencias de viajes que operan las excusiones. El poblador no entrega comisión a los agentes de viajes por las compras realizadas por los turistas.

En la tabla 5, se demuestra que el 88.2% de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que no se les da comisión a los dueños de agencia de viajes y el 11.8% menciona que si dan comisión a los dueños de agencias de viajes.

4.1.6. Percepción Del Poblador Uro ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?

Tabla 7

¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?

¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	54	79.4%
No	14	20.6%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

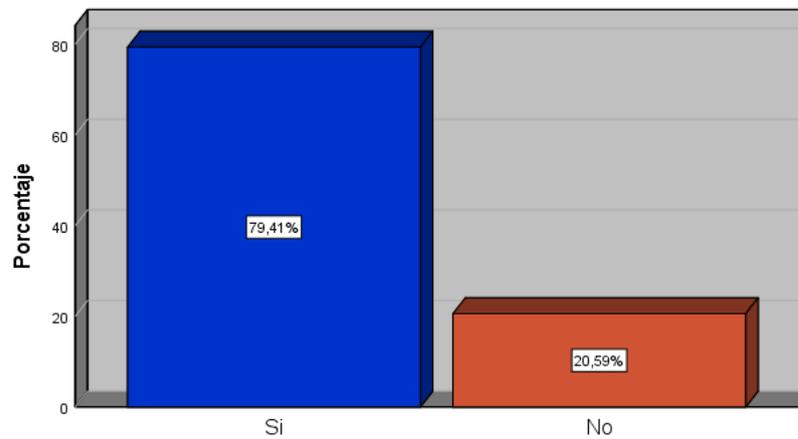


Figura 6 ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se indica que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas son acompañados por los guías de turistas, El poblador entrega la comisión de acuerdo a las compras realizadas por los turistas.

En la tabla 6, el 79.4% de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que el monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por los turistas y el 20.6% menciona que no dan comisión de acuerdo a la compra realizada por el turista.

4.1.7. Percepción Del Poblador Uro ¿El monto de comisión y/o chikata es de acuerdo a la compra realizada por el turista?

Tabla 8

¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?

¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	40	58.8%
No	28	41.2%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

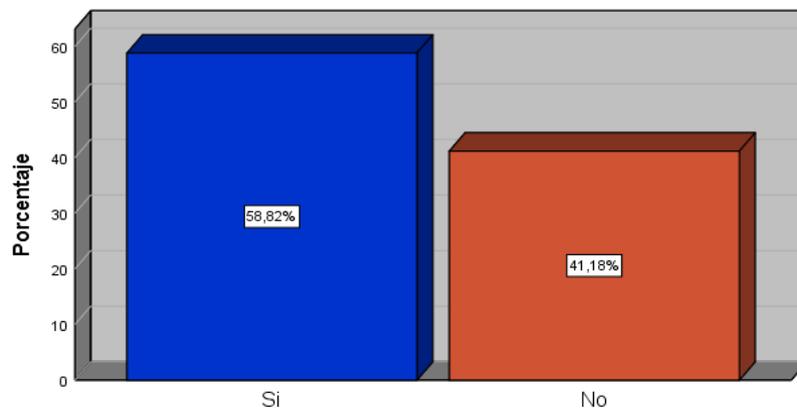


Figura 7 *¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?*

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se indica que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas, son acompañados por los guías de turistas, El poblador nos da a conocer que el guía solo debe

recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas y no por el paseo en balsa que realizan los turistas.

En la tabla 7, el 58.8% de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que el monto de comisión y/o chikata que el guía recibe es solo por la compra de las artesanías adquiridas y no por el paseo en balsa que realizan los turistas 41.2% menciona todo lo contrario.

4.1.8. Percepción Del Poblador Uro ¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?

Tabla 9

¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?

¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	42	61.8%
No	26	38.2%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

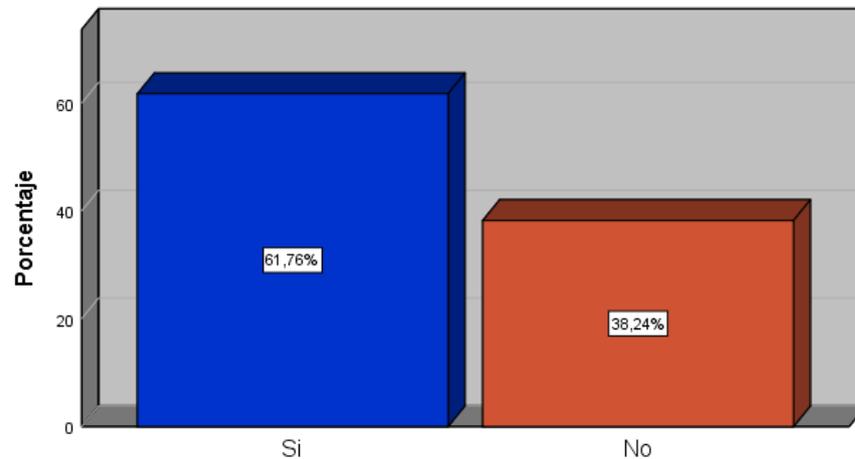


Figura 8 ¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se observa que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas son acompañados por los guías de turistas, El poblador nos da a conocer que el guía recibe comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa.

En la tabla 8, el 61.8% de pobladores de las islas flotante de Uros, menciona que el monto de comisión y/o chikata que el guía recibe es por la compra de las artesanías adquiridas y por el paseo en balsa que realizan los turistas, y el 38.2% menciona lo contrario.

4.1.9. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?

Tabla 10

¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?

¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	30	44.1%
No	38	55.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

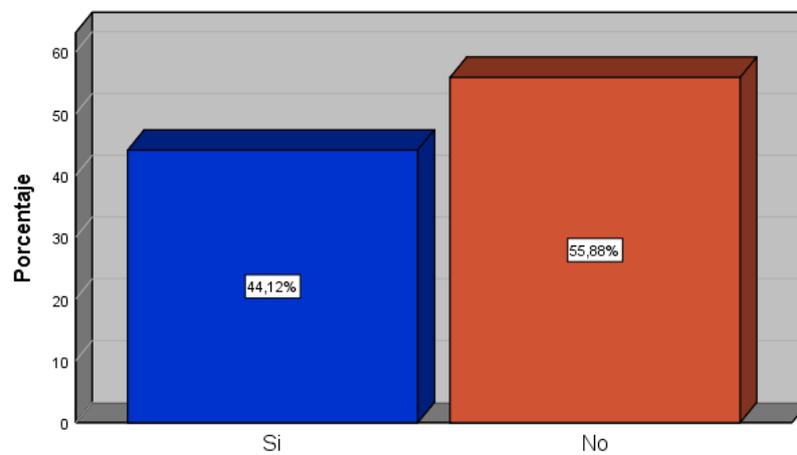


Figura 9 ¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Los pobladores nos informan que ellos cuentan con una lancha propia en su isla la cual les permite captar turistas.

En la tabla 9, los pobladores de los Uros en un 44.1% cuenta con una lancha perteneciente a su isla y el 55.9% menciona que no cuentan con una lancha propia y tienen que esperar que las agencias y guías de turista los visiten.

4.1.10. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?

Tabla 11

¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?

¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	47	69.1%
No	21	30.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

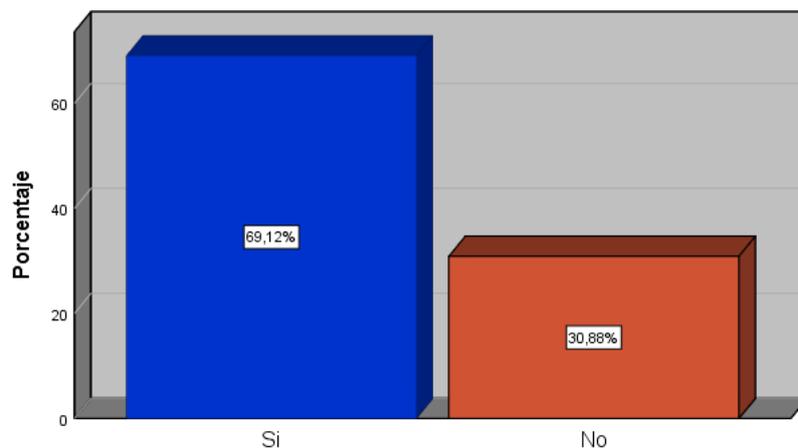


Figura 10 ¿Tienen los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según las encuestas realizadas se observa que los pobladores de los Uros cuentan con los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente y así poder influir para que puedan visitar sus islas flotantes.

En la tabla 10, los pobladores de los Uros en un 69.1% Uros cuentan con los números telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente y el 30.9% menciona que no cuentan con los números telefónicos de los guías de turismo para contactarlos.

4.1.11. Percepción Del Poblador Uro ¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?

Tabla 12

¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?

¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	47	69.1%
No	21	30.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

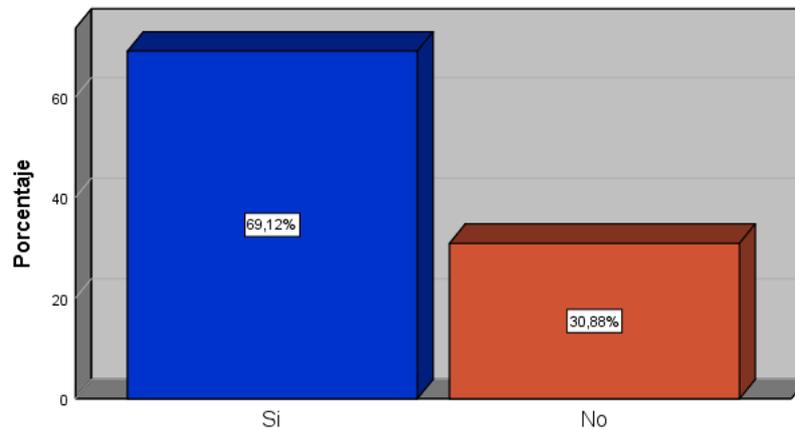


Figura 11 ¿Si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según las encuestas a los pobladores de los Uros nos menciona que si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y se quedan sin vender sus artesanías ni el paseo en balsa, por lo cual se ven perjudicados y no pueden generar ingresos para la canasta familiar.

En la tabla 11, el 69.1% señala que si no dan comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y se quedan sin vender sus artesanías, ni el paseo en balsa y el 30.9% le es indiferente.

4.1.12. Percepción Del Poblador Uro ¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?

Tabla 13

¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?

¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	6	8.8%
No	62	91.2%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

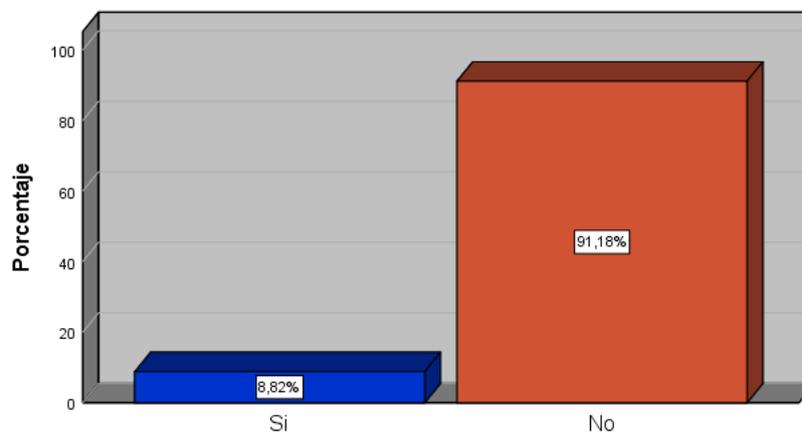


Figura 12 *¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre le dan comisión y/o chikata para que regrese en otra oportunidad?*

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según los pobladores de los Uros nos dan a entender que si no generan ingresos por la venta de artesanía o paseo en balsa al guía, no le dan comisión y/o chikata.

En la tabla 12, el 91.2% de pobladores de las islas flotante de Uros, señala que si no generan ingresos por la venta de artesanía o paseo en balsa, al guía no le dan comisión y/o chikata; y el otro 8.8% indica que si dan comisión y/o chikata aunque no generan ingresos ni por la venta de artesanía y el paseo en balsa de esta manera aseguran la próxima visita del guía.

4.1.13. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen préstamo de dinero en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?

Tabla 14

¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?

¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	34	50.0%
No	34	50.0%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

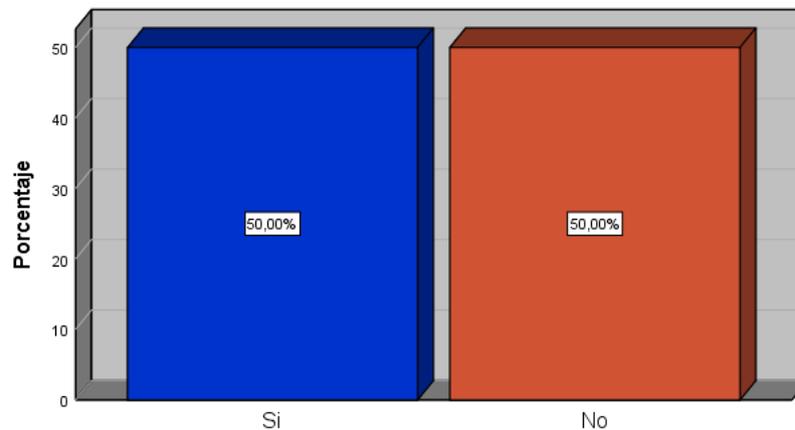


Figura 13 ¿Tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se determina que de los pobladores de los Uros tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales y deben de pagar con ventas y/o sin ventas, por eso deben asegurar que los turistas visiten la isla.

En la tabla 13, el 50% de pobladores de las islas flotante de Uros señala que tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales, bancos y otros; y el 50% menciona que no tienen préstamo de dinero en grupo en cajas rurales ni bancos.

4.1.14. Percepción Del Poblador Uro ¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?

Tabla 15

¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?

¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	44	64.7%
No	24	35.3%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

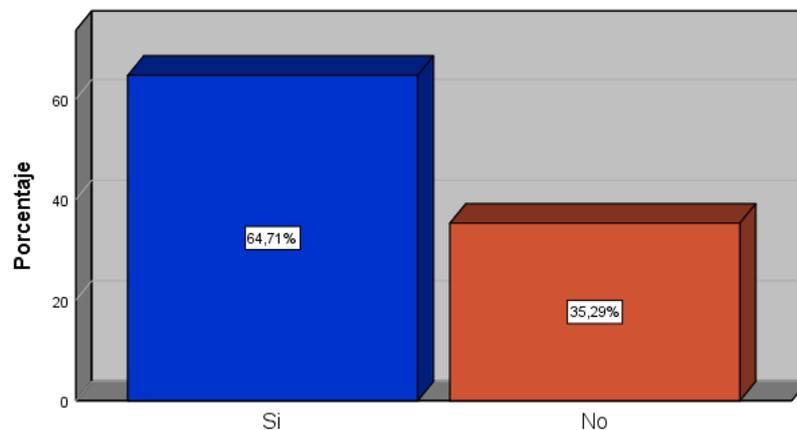


Figura 14 ¿Tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y/o chikatas?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.



Según las encuestas se identifica que los pobladores de los Uros tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo, así dejar de pagar comisiones y/o chikatas a los guías de turismo.

En la tabla 14, los pobladores de los Uros nos señalan que el 64.7% tienen a sus hijos estudiando para ser guías de turismo y así dejar de pagar comisiones y/o chikatas a los guías de turismo y el 35.3 % indican que no tienen a sus hijos estudiando en el área de turismo.

4.1.15. Percepción Del Poblador Uro ¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?

Tabla 16

¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?

¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	30	44.1%
No	38	55.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

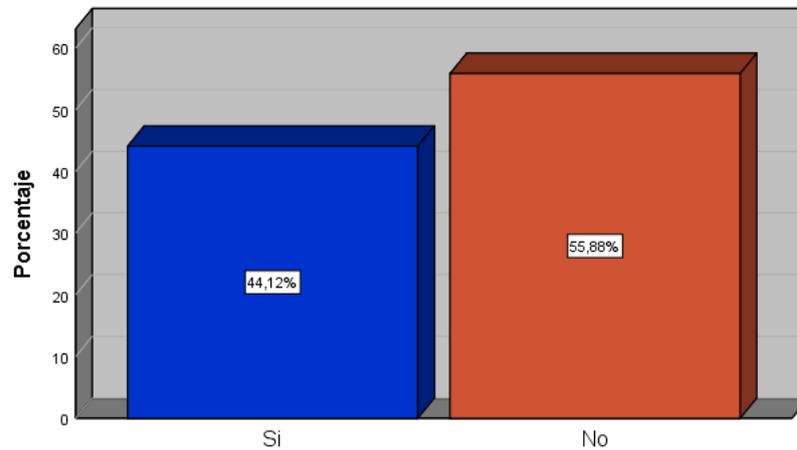


Figura 15 ¿Algunos de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se muestra que de los pobladores de los Uros del grupo de familias que viven en cada isla, algunos de sus hijos han sido apadrinados por un guía de turismo.

En la tabla 15, el 55.9% de pobladores de las islas flotante de Uros señala que ninguno de sus hijos ha sido apadrinado por un guía de turismo; y el 44.1% menciona sus hijos han sido apadrinados por un guía de turismo.

4.1.16. Percepción Del Poblador Uro ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?

Tabla 17

¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?

¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	16	23.5%
No	52	76.5%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

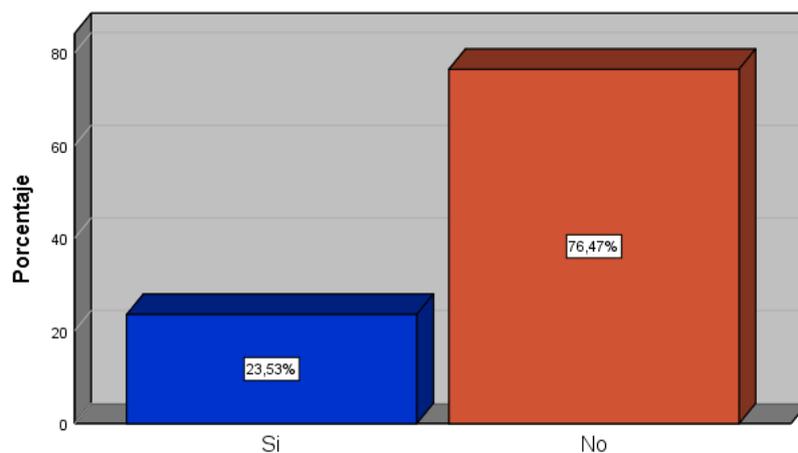


Figura 16 ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por un TC?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Se observa que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas son acompañados por los guías de turistas y en ocasiones también por el *Tour conductor* del grupo, El poblador nos da a conocer que algunos de sus hijos han sido apadrinados por un TC.

En la tabla 16, el 76.5% de pobladores de las islas flotante de Uros señala que ninguno de sus hijos ha sido apadrinado por un Tour Conductor y el 23.5% menciona que sus hijos han sido apadrinados por un Tour Conductor.

4.1.17. Percepción Del Poblador Uro ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?

Tabla 18

¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?

¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Si	37	54.4%
No	31	45.6%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

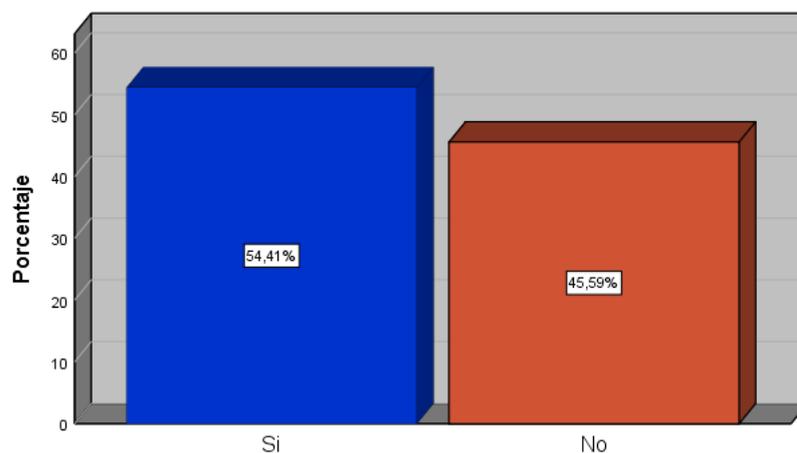


Figura 17 ¿Alguno de sus hijos ha sido apadrinado por el/la dueño(a) de una agencia?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según las encuestas realizadas determina que los pobladores de los Uros cuando son visitados por los turistas y en ocasiones los agentes de viajes, El poblador nos da a conocer que algunos de sus hijos han sido apadrinados por un agente de viajes.

En la tabla 17, el 54.4% de los pobladores de las islas flotante de Uros señala que algunos de sus hijos han sido apadrinados por dueños de agencias de viaje; y el 45.6% menciona que sus hijos no han sido apadrinados por dueños de agencias de viaje.

4.1.18. Percepción Del Poblador Uro ¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?

Tabla 19

¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?

¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Muy exigente	11	16.2%
Exigente	44	64.7%
Poco exigente	13	19.1%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

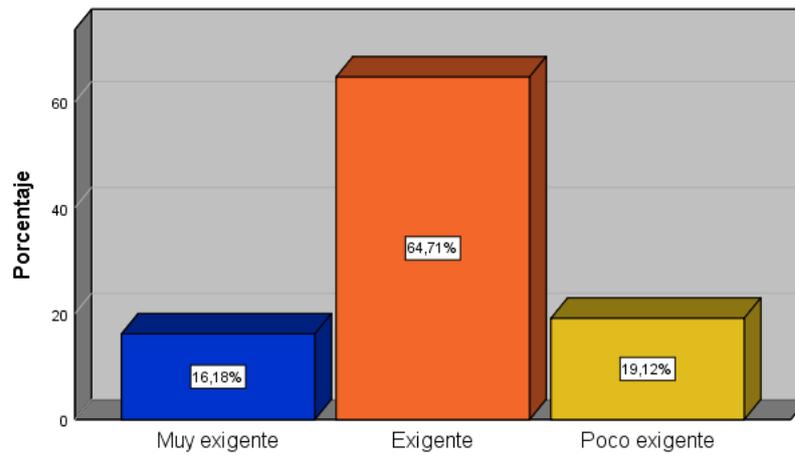


Figura 18 ¿Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata de qué manera lo hacen?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según el estudio realizado a los pobladores de la isla Flotante de los Uros se determina que los guías de turismo piden comisión y/o chikata.

En la tabla 19, el poblador uro que en un 64.7% percibe que los guías piden su chikata y /o comisión de manera exigente, el 19.1% mencionan que los guías se conforman con la comisión o de manera poco exigente; y el 16.2% indican que lo realizan de manera muy exigente.

4.1.19. Percepción Del Poblador Uro ¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?

Tabla 20

¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?

¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Muy exigente	5	7.4%
Exigente	39	57.4%
Poco exigente	24	35.3%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

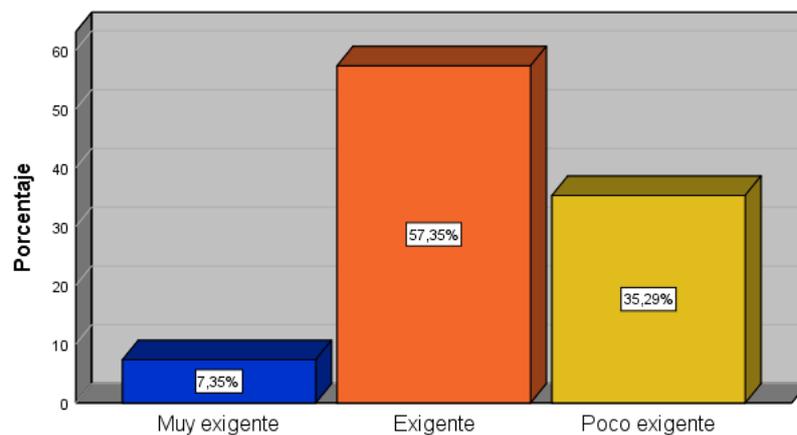


Figura 19 ¿Los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según las encuestas realizadas a los pobladores de la isla Flotante de los Uros se determina que los guías de turismo siempre llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla.

En la tabla 19, el poblador Uro que en un 57.4% percibe los guías de turismo A veces llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla; el 35.3% mencionan que los guías a nunca llevan la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan su isla; y el 7.4% indican que siempre están muy pendiente a lo que los turistas adquieren.

4.1.20. Percepción Del Poblador Uro ¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?

Tabla 21

¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?

¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Muy exigente	14	20.6%
Exigente	33	48.5%
Poco exigente	21	30.9%
Total	68	100%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

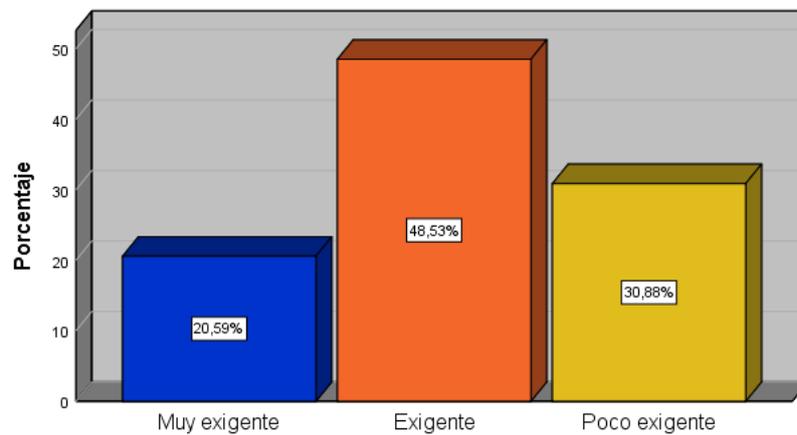


Figura 20 ¿Cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla?

Fuente: Elaboración en base de encuestas.

Según las encuestas realizadas a los pobladores de la isla Flotante de los Uros se identifica que cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla.

En la tabla 20, el poblador Uro que en un 48.5% percibe que a veces cuándo dan una comisión y/o chikata mínima, el guía de turismo los castiga y ya no visita su isla y el 30.9% mencionan que los guías nunca los dejan de visitar por darle chikata mínima y el 20.6% indican que los guías no vuelven a visitarlos por chikata mínima.

4.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

En la Tabla 21 se observa que la variable moral, donde el porcentaje más alto lo obtiene la valoración negativa con el 59.94% y la valoración positiva con el 40.06%.



Tabla 22

Promedio de la Variable Moral

Variable moral			
Ítems	Negativo	Positivo	
ITEM 1	98.5	1.5	
ITEM 2	97.1	2.9	
ITEM 3	98.5	1.5	
ITEM 4	85.3	14.7	
ITEM 5	11.8	88.2	
ÍTEM 6	79.4	20.6	
ITEM 7	58.8	41.2	
ITEM 8	61.8	38.2	
ITEM 9	44.1	55.9	
ITEM 10	69.1	30.9	
ITEM 11	69.1	30.9	
ITEM 12	8.8	91.2	
ITEM 13	50	50	
ITEM 14	64.7	35.3	
ITEM 15	44.1	55.9	
ITEM 16	23.5	76.5	
ITEM 17	54.4	45.6	
Porcentaje total	59.94 %	40.06 %	

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

HE1: El comportamiento moral percibido por los pobladores de la Isla Flotante de los Uros acerca de los guías es negativo.

Interpretación: Los resultados obtenidos ítem por ítem demuestran la valoración acerca de la variable de comportamiento moral, que los pobladores de las islas turísticas de los Uros perciben de las agencias de viaje en sus operaciones, con los guías y el capitán de la embarcación. A través de diferentes preguntas desde la tabla 1 hasta la tabla 17. Reflejando conjuntamente una valoración general acerca de la variable moral en la tabla 21, donde impera la valoración negativa en 59.94% a comparación con la valoración positiva a 40.06%. Demostrando con ello que la hipótesis específica formulada está corroborada.

Tabla 23

Promedio Porcentual de la Variable Ética.

Variable Ética			
Ítems	Muy exigente	Exigente	Poco exigente
ITEM 18	16.2	64.7	19.1
ITEM 19	7.4	57.4	35.3
ITEM 20	20.6	48.5	30.9
Porcentaje	14.7%	56.9%	28.4%

Fuente: Procesamiento de información en SPSS.

HE2: Los pobladores de la Isla Flotante de los Uros perciben éticamente a los guías de turismo como muy interesados.

Interpretación: Los pobladores de la Islas Flotantes de los Uros perciben a los guías de turismo como muy exigente, exigente y poco exigente, a través de las encuestas desde el ítem 18 al ítem 20 se evalúa la percepción ética del guía. Determinado en la tabla



22, que la valoración más alta fue la opción de exigente con el 56.9%, siguiendo la opción de poco exigente con el 28.4%. Y la menor valoración lo obtuvo la opción muy exigente.

Se rechaza la hipótesis específica segunda, porque la opción más valorada fue exigente. Demostrando con ello que los guías de turismo no son muy exigentes éticamente con los intereses personales o el propósito de su trabajo en su mayoría.

4.3.DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados demostrados, el poblador de los Uros incentiva de alguna manera el mal actuar de los guías de turismo ya que ellos por competir con otras islas vecinas dan comisión y/o chikatas para que estos puedan frecuentar su isla y de esta manera generar ingresos mientras más visitas tengan más ganancias generan. Los guías al ver que tienen comisiones visitan constantemente las islas que más comisión le dan. El poblador de los Uros para afianzar lazos con el guía de turismo los nombra padrinos de sus hijos. Un porcentaje menor de pobladores de las islas flotantes de los Uros no los nombra padrinos, dan chikatas mínimas y no suelen llamarlos. Lo cual es desventajoso competitivamente para ellos.

La competencia como estrategia que aplican los pobladores de los Uros es mala porque de esta manera mal acostumbran al guía de turismo; ya no ven el guiado como vocación, sino una manera de generar ingresos a costa de una actitud antiética.

4.4.PROPUESTA

Bajo el análisis de la presente investigación se propone formar comité, que permita luchar contra la antiética de los guías de turismo y la actitud inmoral del poblador de los Uros con el guía turístico. El objetivo es mitigar las actitudes antiéticas que se desarrollan entre el guía de turismo y el poblador uro, a través de la chikata (comisiones), para generar un espacio de actividad de paz y de buenas costumbres, ético y moralmente aceptable.



4.4.1. Conformación del comité

En la conformación del comité deben participar entidades públicas y privadas; de las públicas debe participar la municipalidad provincial de Puno, la municipalidad del Centro Poblado de Uros Chulluni, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, IPerú; de las privadas deben participar los gremios de Asociación de Guías de Turismo- AGOTUR – Asociación a Agencias de Viaje y Turismo, el Colegio de Licenciados en Turismo. También se debe incluir a los pobladores de los Uros. El titular de cada uno de estas entidades debe ser el responsable de designar al integrante que conformará dicho Comité.

4.4.2. Estrategias

El comité debe desarrollar planes de lucha contra antiética del guía turístico, a través de estrategias como sensibilización a los pobladores y a los guías turísticos.

4.4.3. Plan de trabajo del Comité de Ética y moral

Introducción

En el mundo cambiante en el que nos encontramos, surgen cuestionamientos acerca de la ética y moral, nos permite reflexionar, direccionar o conducir el comportamiento del ser humano. Este proceso permitirá finalmente que el guía de turismo pueda alcanzar su autonomía y su autorrealización de manera que le posibilite transformar su entorno.

La formación en valores éticos y morales tiene como finalidad la clarificación del sentido de vocación de trabajo del guía turístico, mediante una acción sistemática y consciente, quien tiene por objeto estimular el proceso de valoración en cuanto a las personas involucradas en brindar servicio en las visitas realizadas a la isla de los uros, con el fin de que estos lleguen a darse cuenta de cuál es realmente su papel como



profesional; y puedan así, sentirse responsables y comprometidos con ellos mismos y con su entorno social.

Este plan tiene su fundamento en el estudio de investigación realizado a los pobladores de los uros sobre la percepción del comportamiento ético y moral del guía turístico.

Objetivos

- La presente investigación tiene como objetivo proponer acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico, que los pobladores de los uros y guías de turismo reflexionen permanentemente sobre sus comportamientos, acciones y posturas frente al servicio que se brinda en el guidismo y atención al turista.
- Establecer las acciones que llevará a cabo el Comité de Ética, con la finalidad de delimitar las conductas que en situaciones específicas deberán observar a los guías de turismo y al poblador uro sobre el comportamiento del guía turístico en el desempeño de sus funciones en la visita a las islas.

Metas

- Formar el comité de ética con las instituciones y gremios al cual pertenecen los guías turísticos.
- Elaborar el Código de Conducta, a fin de ponerlos en práctica por los requerimientos establecidos en los Lineamientos.
- Capacitar y concientizar al guía turístico sobre la importancia del código de conducta.
- Publicación del Código de Conducta en las instituciones ligadas a los prestadores del servicio turístico, gremios e instituciones.
- Dar seguimiento al cumplimiento del código de conducta por parte del comité de ética.
- Promover el cumplimiento del Código de Conducta.



- Difusión del Código de Conducta en las instituciones encargadas y ligadas con el guía turístico.
- Verificar Cumplimiento del Programa Anual de Trabajo
- Publicación de los resultados obtenidos en los indicadores de cumplimiento del Código de Conducta.

4.4.4. Evaluación y resultados

Los resultados de dichas actividades se deben evaluar, y de acuerdo a dichos resultados planificar nuevas estrategias para mitigar y erradicar actos antiéticos que se perciben de parte del poblador Uro.

METAS	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Formar el comité de ética con las instituciones y gremios al cual pertenecen los guías turísticos.												
Elaborar el Código de Conducta, a fin de ponerlos en práctica por los requerimientos establecidos en los Lineamientos.												
Capacitar y concientizar al guía turístico sobre la importancia del código de conducta.												
Publicación del Código de Conducta en las instituciones ligadas a los prestadores del servicio turístico, gremios e instituciones.												
Dar seguimiento al cumplimiento del código de conducta por parte del comité de ética.												
Promover el cumplimiento del Código de Conducta.												
Difusión del Código de Conducta en las instituciones encargadas y ligadas con el guía turístico.												
Verificar Cumplimiento del Programa Anual de Trabajo												
Publicación de los resultados obtenidos en los indicadores de cumplimiento del Código de Conducta.												

Figura 21 Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración en base de encuestas.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA. Como resultado de la investigación se analizó que el 59.94% de ellos tienen una percepción negativa de la actitud moral de los guías para poder obtener las comisiones y el 56.9% menciona que son exigentes con el poblador Uro al momento de pedirle comisión por la compra de souvenirs (productos artesanales elaborados por el poblador) acciones que se desarrollan en el destino turístico.

SEGUNDA. Según la investigación se describe que el 59.94% de los guías tienen un comportamiento negativo ante el poblador Uro, sin embargo tiene una percepción del 40.06% positivamente al guía turístico. Valorándolo en los ítems presentado mencionados desde la tabla 1 a la tabla 17. Sin embargo hay un porcentaje de guías que si tienen ética y moral.

TERCERA. Se llega a concluir que el 56.9% de los guías son exigentes, el 28.4% como poco exigentes y el 14.7% como muy exigentes demostrado desde la tabla 18 a la tabla 20, a través de una escala Likert, De esta manera se concluye que el comportamiento ético que perciben los pobladores de la isla Flotante de los Uros, acerca del guía de turismo que visita sus islas correspondientes en compañía con los turistas

CUARTA. De los resultados expuestos, es necesario proponer acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico para mitigar la conducta ética percibida negativamente y la conducta moral como exigentes al momento de pedir comisiones al poblador Uro, por consiguiente la acción más factible y accesible es la conformación de un comité de sensibilización dirigido para los pobladores de los Uros y para los guías, a fin de generar un espacio de actividad de paz y de buenas costumbres, ético y moralmente aceptable.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda a los guías que deben cumplir las normas establecidas en sus códigos éticos profesionales de los gremios al cual representan, desarrollen una imagen intachable, siendo ellos la imagen de la empresa a la cual representas depende de su desarrollo como guía en la actividad turística

SEGUNDA. Con base en los resultados se recomienda que le den la importancia a su profesión, por ello se sugiere a los guías de turismo actuar de manera ética y moralmente aceptable en el desarrollo de sus actividades con la familia o los pobladores de los Uros, de esta manera fortalecer la imagen del guía frente al poblador Uro y a la sociedad.

TERCERA De acuerdo a los resultados de la descripción al guía de la variable ética, los guías son muy interesados en exigir beneficios de las utilidades que generan los pobladores de la Isla Flotante de los Uros. Reflejando que ocasionan la mala conducta en los guías, por ello se aconseja no generar indisciplina y sensibilizar a los pobladores de la Isla Flotante de los Uros y los Guías de turismo, acerca de las buenas conductas morales y ética en el cumplimiento de las actividades, para el desarrollo integro de dicho destino turístico.

CUARTA. Priorizar las acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico para mitigar la conducta ética, de esta manera se valore el trabajo del guía turístico y tenga una conducta ética y moral. Así mismo el poblador Uro no incentive este actuar de los guías por la competitividad que tenga con islas vecinas. Así mismo las instituciones encargadas de otorgar el carnet de guía de turismo sea la encargada de regular el cumplimiento del código de ética y de sancionar drásticamente a los que infrinjan el estatuto.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcántara Hernandez, A. (2012). *Cosmovisión y ética andina en la constitución social y vital de la isla Taquile*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Alcívar Pozo, S. I. (2012). *Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de Abogado de los Tribunales y Juzgados del Ecuador*. Universidad de las Americas.
- Arias Castilla, C. A. (2006). Enfoques teóricos sobre la, percepción que tienen las personas. *Horizontes Pedagógicos*, 8(1), 9–22.
- Ávalos Tenorio, G. (2016). *Ética y Política* (Primera Ed). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Betancur Jiménez, G. E. (2016). La ética y la moral : paradojas del ser humano * Ethics and moral : Human being paradoxes. *Revista CES Psicología*, 9, 109–121.
- Candas Romero, J. (2009). *Ética profesional en biblioteconomía*. Universidad Carlos III de Madrid.
- Cobo, C. E. (2011). El comportamiento humano. In *Cuadernos de Administración* (2003rd ed., Vol. 19, Issue 29). Universidad del Valle.
<https://doi.org/10.25100/cdea.v19i29.126>
- Código de Ética, 1 (2014).
- Ley del guia de turismo, Pub. L. No. 28529 (2005).
- Dircetur Cusco. (2018). *Manual de Calidad para Guías de Turistas* (Dircetur Cusco).
https://issuu.com/lelysgutierrez/docs/manual_de_calidad_para_gu_as_de_tur



- Estela Raffino, M. (2020, September 22). *Moral*. Concepto.De.
<https://concepto.de/moral/#ixzz65ZpWfNJT>
- Falgueras Bosch, J. (2011). *La Dimensión Ética En La Profesión Del Ingeniero Técnico En Topografía: El Caso De España En El Siglo Xxi*. Universidad Politecnica de Catalunya.
- Fernandez Rivera, C. D. (2016). *Factores de la Conducta Antietica en los Abogados Hables del Ilustre Colegio de Abogados de Huanuco, 2014-2016*. Universidad de Huanuco.
- Gonzales Fuentes, A. E. (2010). La responsabilidad ética, moral y social de la ingeniería civil [Universidad de San Carlos de Guatemala]. In *Universidad de san carlos de Guatemala* (Issue La responsabilidad, Etica, Moral y social de la Ingenieria Civil).
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_3176_C.pdf
- González Rozas, P. (2015). Tensiones éticas del trabajo de enfermería en el nuevo orden sanitario. Un estudio iberoamericano [Universidad Autonoma de Barcelona]. In *TDX (Tesis Doctorals en Xarxa)*. <http://www.tdx.cat/handle/10803/330364>
- Gordillo Campos, N. E. (2003). Actitudes eticas de los profesionales en enfermeria segun la percepcion de los alumnos del segundo, tercer y cuarto año de enfermeria de la U.N.M.S.M. 2003 [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. In *Теоретическая И Математическая Физика* (Vol. 137, Issue 1).
<https://doi.org/10.4213/tmf255>
- Illescas Palencia, A. M. (2019). PERCEPCIÓN DE LA ÉTICA PROFESIONAL EN UN GRUPO DE MÉDICOS RESIDENTES DE UN HOSPITAL PRIVADO. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). UNIVERSIDAD



RAFAEL LANDÍVAR FACULTAD.

- La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2015). Comisiones y Corretajes en Relacion con el Artículo 8 del Auerdo. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (2007). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística* (Ministerio). Plan Nacional de Calidad Turistica del Peru.
- Montaner Montejano, J. (1998). *Diccionario de Turismo* (Editorial).
- Natalie Anders, M. (2017). *La Situacion Actual de la Etnia de los Urus Chulluni del Lago Titicaca*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Ruiz Trujillo, P. (2015). *Aristóteles de la Potencia al acto* (Batiscafo,).
- Salazar Bondy, A. (1961). *Introducción a la Filosofía* (Vol II). Editorial Universo S.A.
- Salazar, P. H., Marmolejo, M. I., Angeles, G. Y. V., & Malagón, C. V. (2007). Análisis de modelos de comportamiento en la búsqueda de información. *Ciencia Da Informacao*, 36(1), 136–146. <https://doi.org/10.1590/s0100-19652007000100010>
- Sampieri, H., Roberto, F. C., & Baptista Lucio Pilar. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (S. A. de C. . Mc Graw Hill Education Interamericana Editores (ed.); 6 edicion). Edamsa.
- Sandoval Gonzales, D. M. (2017). *La Etica en Ingenieria, Procesos Eticos Y Disciplinarios A Ingenieros Profesionales en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.



- Turismo, C. M. del. (2009). Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. *Revista Internacional Del Trabajo*, 128(1-2), 213-215. <https://doi.org/10.1111/j.1564-9148.2009.00056.x>
- Ucha Florencia. (2011, March). *Definición de Comportamiento » Concepto en Definición ABC*. Definicion ABC. <https://www.definicionabc.com/social/comportamiento.php>
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el Concepto de Percepcion. *Laurus*, 4(15), 47-53.
- Vilca Huayta, A. (2021). Las Teorías Filosóficas Del Derecho Que Se Aproximan a La Justicia Indígena U Originario Del Perú. In *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Zacarías Torres, H. (2014). *Introducción a la ética* (Primera Ed). Grupo Editorial Patria.



ANEXOS



ANEXO 1. ENCUESTA

DATOS GENERALES

Nombre de la Isla: “ _____ ”

Número de habitantes en la isla : _____

Número de Familias _____

Nivel educativo de la encuestada : Primaria: ____ Secundaria: ____ Superior: ____

Años dedicados a la actividad turística : ____

DIMENSIÓN MORAL DE LA ENCUESTADA:			
01	¿Cuándo llega un guía de turismo se debe dar desayuno y/o almuerzo?	Si	No
02	¿Cuándo llega a la isla el capitán de la lancha se le debe dar desayuno y/o almuerzo?	Si	No
03	¿Dan comisión y/o chikata a los guías turísticos?	Si	No
04	¿Dan comisión y/o chikata al capitán del bote?	Si	No
05	¿Dan comisión y/o chikata a la dueña de una agencia de viajes y turismo?	Si	No
06	¿El monto de comisión y/o chikata debe ser de acuerdo a la compra realizada por los turistas?	Si	No
07	¿El guía solo debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas, pero no por el paseo en balsa?	Si	No
08	¿El guía debe recibir comisión por el monto de las artesanías adquiridas por los turistas y también por el paseo en balsa?	Si	No
09	¿Tienen una lancha que pertenece a nuestra isla?	Si	No
10	¿Tienen los números de telefónicos de los guías de turismo para llamarlos constantemente?	Si	No



11	¿Si no damos comisiones y/o chikatas otra isla lo hará y nos quedamos sin vender nuestras artesanías o el paseo en balsa?	Si	No
12	¿Si no hay venta de artesanía o paseo en balsa el guía siempre hay que darle comisión o chikata para que regrese en otra oportunidad?	Si	No
13	¿Tienen préstamos de dinero en grupo en las cajas rurales y debemos de pagar con ventas o sin ventas por eso debo asegurar que vengan los turistas a nuestra isla?	Si	No
14	¿Tenemos a nuestros hijos estudiando para ser guías de turismo y dejar de pagar comisiones y chikatas?	Si	No
15	¿Algunos de mis hijos han sido apadrinados por un guía de turismo?	Si	No
16	¿Algunos de mis hijos han sido apadrinados por un TC?	Si	No
17	¿Algunos de mis hijos han sido apadrinados por el/la dueño(a) de una agencia?	Si	No
DIMENSIÓN ETICA DEL GUIA TURÍSTICO			
18	Los guías de turismo cuando piden su comisión o chikata lo hacen de manera: Muy exigente: _____ Exigente: _____ Poco exigente: _____		
19	Los guías de turismo siempre están llevando la cuenta de todo lo que compran los turistas cuando visitan nuestra isla: Muy exigente: _____ Exigente: _____ Poco exigente: _____		
20	Cuando les damos una comisión o chikata mínima, el guía de turismo nos castiga y ya no viene a nuestra isla: Muy exigente: _____ Exigente: _____ Poco exigente: _____		

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>Problema General: ¿Cuál es la percepción de los pobladores de la isla de los uros sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Cómo perciben los pobladores de la isla turística de los uros el comportamiento moral de los guías turísticos?</p> <p>¿Cómo perciben los pobladores de la isla turística de los uros el comportamiento ético de los guías turísticos?</p>	<p>Objetivo General: Analizar la percepción de los pobladores de las islas turísticas de los Uros sobre el comportamiento ético y moral de los guías turísticos</p> <p>Objetivos Específicos: Describir el comportamiento moral de los guías turísticos en la percepción de los pobladores de la Islas Turísticas de los Uros. Describir el comportamiento ético de los guías turísticos en la percepción de los pobladores de la Islas Turísticas de los Uros.</p>	<p>Hipótesis general: La Percepción de los pobladores de la isla turística de los uros es ambigua en la ética y moral del comportamiento de los guías turístico -2020</p> <p>Hipótesis específicas El comportamiento moral del guía turístico es negativa en la percepción de los pobladores de la Isla Flotante de los Uros 2020. Los pobladores de la Isla Flotante de los Uros perciben a los guías turísticos en su</p>	<p>Variable independiente Comportamiento ético de los guías turísticos Variable dependiente Percepción de los pobladores de las islas turísticas de los uros.</p>	<p>Tipo de investigación no experimental Enfoque Cuantitativo Diseño Transeccional O Transversal Alcance Descriptivo Metodología Hipotética Deductiva</p>	<p>Población: islas flotantes de los Uros. Muestra: 68</p>



<p>¿Qué acciones reguladoras debe aplicar el poblador de los uros para el trabajo ético profesional del guía turístico?</p>	<p>Proponer acciones reguladoras para el comportamiento ético profesional del guía turístico.</p>	<p>ética profesional como muy interesados.</p>			
---	---	--	--	--	--