



Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT



«Para que los efectos positivos del turismo sean duraderos hay que invertir en un sector responsable y sostenible que se preocupe por la sociedad en la que opera. El Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT es una hoja de ruta para el desarrollo sostenible del turismo a nivel mundial. Las empresas que se comprometen con el Código son protagonistas del camino hacia un sector turístico más ético y responsable».

Zurab Pololikashvili, Secretario General de la OMT

Marco de referencia global para el turismo responsable y sostenible, el **Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT** es un conjunto de principios diseñado para guiar a los actores del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, empresas, comunidades y turistas, aspira a ayudar a maximizar los beneficios de turismo, minimizando a la vez su impacto negativo en el medio ambiente, el patrimonio cultural y la sociedad.

El Código fue aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, y reconocido dos años después por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Aunque no es jurídicamente vinculante, el Código incorpora un **mecanismo de aplicación voluntaria** reconociendo el papel del **Comité Mundial de Ética del Turismo**, un órgano independiente e imparcial, al que las distintas partes pueden remitir las cuestiones relacionadas con su aplicación e interpretación.

Los **10 principios** del Código cubren las componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo: como la contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre pueblos y sociedades, el turismo como instrumento de desarrollo personal y colectivo, como factor de desarrollo sostenible, como factor de enriquecimiento del patrimonio cultural, y como actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino, y además las obligaciones de los agentes del desarrollo turístico, el derecho al turismo, la libertad de desplazamiento turístico, los derechos de trabajadores y de empresarios y la aplicación de los principios del Código Ético.

Texto completo del Código Ético Mundial: www.unwto.org/ethics

EL CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Las disposiciones claramente relacionadas con el **sector privado** y la **responsabilidad social corporativa**:

ARTÍCULO 2: El turismo, vehículo de realización personal y colectiva, debe promover la tolerancia, la igualdad entre hombres y mujeres y los derechos humanos, **luchando a la vez contra la explotación de cualquier ser humano**, y especialmente de los niños.

ARTÍCULO 3: Es esencial que los agentes del turismo **salvaguarden el entorno natural** para alcanzar el crecimiento económico sostenible y satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras. El proceso del desarrollo de las infraestructuras y las actividades turísticas debe contemplar la protección del patrimonio natural, la conservación de los recursos, así como la prevención de la producción excesiva de residuos. Los actores clave del turismo, especialmente los profesionales, deberían acordar la imposición de límites o restricciones a sus actividades en zonas vulnerables.

ARTÍCULO 5: La planificación y la explotación de complejos o alojamientos turísticos deben **integrar a los habitantes del lugar** en el tejido económico y social del destino, dando prioridad a la mano de obra local cuando las competencias sean las mismas. Los inversores y los profesionales del turismo deben llevar a cabo estudios del **impacto ambiental de sus proyectos**, suministrar información transparente sobre futuros programas y sus posibles repercusiones y fomentar el diálogo con la población afectada.

ARTÍCULO 6: Los profesionales del turismo tienen la obligación de **proporcionar a los turistas información objetiva y veraz** sobre sus destinos y las condiciones de viaje, recepción y estancia. Es imprescindible que, en cooperación con las autoridades públicas, velen por la seguridad de sus clientes y su repatriación (en caso de quiebra), garantizando sistemas de seguro y asistencia y abonando indemnizaciones justas cuando no cumplen sus obligaciones contractuales. Los profesionales turísticos deberían **fomentar la autorrealización** de los turistas en lo cultural y lo espiritual y permitir la libre práctica de su religión.

ARTÍCULO 9: Las multinacionales no deben ni aprovecharse de su posición dominante en los destinos, ni imponer artificialmente modelos culturales y sociales. A cambio de la libertad de invertir y comerciar, deben involucrarse en el desarrollo local y evitar la repatriación excesiva de sus beneficios o las importaciones inducidas. Deben garantizarse los **derechos fundamentales de los trabajadores** derechos fundamentales de los trabajadores. Las relaciones de equilibrio entre las empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible y por lo tanto merecen ser alentadas de forma explícita.

Por la presente me comprometo a que mi organización / empresa se esforzará por adherirse a los principios del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT y por informar al Comité Mundial de Ética del Turismo sobre las medidas para la promoción e aplicación de estos principios.

Firmado en Madrid, España el 17 de enero de 2018



Carlos Calero
CEO