



Código Ético Mundial
para el Turismo
Por un turismo responsable

Compromiso del sector privado con el
Código Ético Mundial
para el Turismo de la OMT¹



«La OMT se guía por la convicción de que el turismo puede contribuir significativamente a mejorar la vida de las personas y a salvaguardar nuestro planeta. Esta convicción es el eje del Código Ético Mundial para el Turismo, un conjunto de principios para el desarrollo del turismo. Les insto a todos a leerlo, a distribuirlo y a adoptarlo por el bien de los turistas, de los operadores, de las comunidades receptoras y de los entornos naturales del mundo entero»

- **Taleb Rifai**, Secretario General de la OMT

I. El Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT

El **Código Ético Mundial para el Turismo** de la OMT es una guía para el desarrollo del turismo responsable y sostenible, refrendada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001.

Sus **10 principios**, que cubren los componentes económico, social, cultural y ambiental del turismo, tienen por objeto ayudar a ampliar al máximo los beneficios del sector a la vez que se minimiza cualquier posible impacto negativo.

Aunque el Código Ético no es jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de **aplicación voluntaria** mediante el reconocimiento de la función del **Comité Mundial de Ética del Turismo**. Creado en 2004 como órgano independiente e imparcial, los interesados pueden remitir al Comité cualquier cuestión relacionada con la interpretación y la aplicación del Código.

El texto completo se encuentra disponible en <http://ethics.unwto.org>.

II. Principios éticos para el sector privado

Los siguientes principios son los más relevantes para la responsabilidad social de las empresas del sector privado.

• Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

Las empresas turísticas deben promover la tolerancia y la igualdad entre los géneros, respetar los derechos humanos y luchar contra la explotación de los grupos más vulnerables de la sociedad.

• Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible

Los profesionales del turismo deben salvaguardar el medio ambiente y el patrimonio natural, conservar los recursos y evitar la producción de residuos, a ser posible aceptando que se impongan límites a sus actividades cuando estas se ejerzan en áreas particularmente vulnerables.

• Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Las empresas turísticas deben integrar a la población en el tejido económico y social del destino, dando prioridad a la mano de obra local. Son esenciales los estudios de impacto de los proyectos de desarrollo y el diálogo con la población receptora.

• Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Los profesionales del turismo deben facilitar a los turistas información objetiva sobre los lugares de destino y sobre las condiciones del viaje y preocuparse por la seguridad de los clientes, velando por que existan sistemas de seguros y de asistencia adecuados y contribuyendo al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas.

• Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Las empresas turísticas no deberían abusar de su posición ni imponer modelos socioculturales a las comunidades receptoras. Deben trabajar en el desarrollo local, evitar la repatriación excesiva de sus beneficios y garantizar los derechos fundamentales de los trabajadores.

III. El compromiso con el Código Ético Mundial para el Turismo

El **compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo** de la OMT representa una declaración pública en nombre de una empresa o asociación turística del compromiso de cumplir los principios del Código e incorporarlos en su gobernanza corporativa.

La firma no tiene ninguna implicación económica y está abierta a todas las empresas turísticas (hoteles, cadenas de establecimientos de hospedaje, líneas aéreas, sistemas mundiales de distribución (SMD), operadores turísticos, agencias de viajes) y asociaciones nacionales y regionales del sector.

Al firmar el compromiso, las empresas prometen:

- **Observar los principios del Código**

Respetar los principios del Código Ético relativos al turismo sostenible y responsable, los derechos humanos –en particular los de las comunidades receptoras y los trabajadores– y la lucha contra la explotación de las personas y del patrimonio natural.

- **Difundir el Código**

Difundir y promover el Código entre socios, proveedoras, empleados y clientes del sector de los viajes y el turismo.

- **Informar sobre la aplicación del Código en su gobernanza corporativa**

Informar al Comité Mundial de Ética del Turismo sobre las medidas adoptadas para poner en práctica los principios del Código en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas. Debe prestarse especial atención a los aspectos socioculturales y económicos, tales como los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la accesibilidad, la inclusión social y la protección de los grupos vulnerables.

IV. Comunicar los compromisos con el Código

1. Ceremonia pública de firma con la presencia del Secretario General de la OMT o el Presidente del Comité Mundial de Ética del Turismo y de representantes nacionales del turismo.

2. Promoción de las empresas y las asociaciones signatarias a través de actividades de comunicación de la OMT, tales como:

- Inclusión en la web de la OMT.
- Publicación de un informe bienal sobre la implementación.
- Invitación a compartir buenas prácticas y ejemplos de aplicación de los principios del Código en conferencias y eventos internacionales.

3. Se invita a los signatarios a promocionar su compromiso con el Código Ético Mundial para el Turismo en sus actividades de comunicación, concretamente incorporando el logotipo que figura más abajo (los términos y las condiciones de utilización del logotipo se facilitarán a todos los signatarios).





Organización Mundial de Turismo

Capitán Haya 42, 28020 Madrid, Spain
Tel: (34) 91 567 81 00 / Fax: (34) 91 571 37 33