



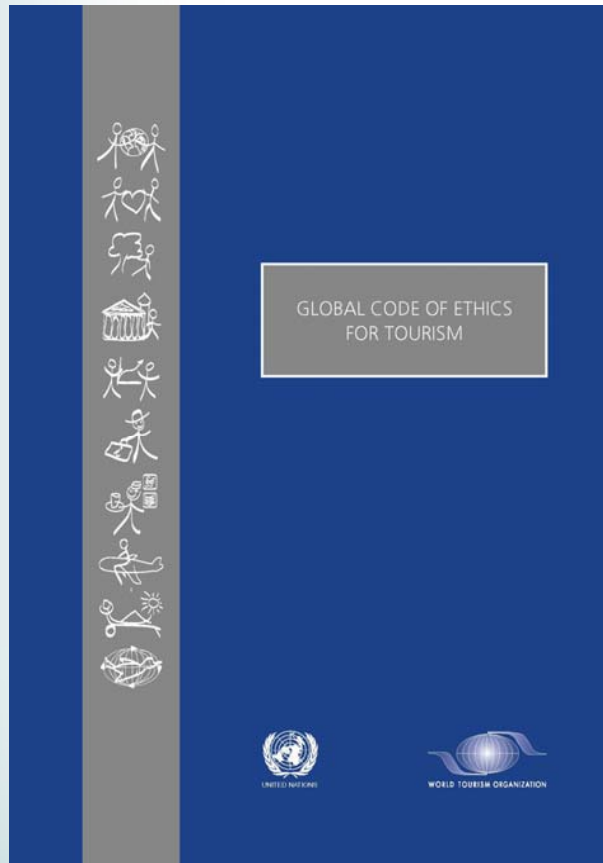
# IMPLEMENTACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL DEL TURISMO

## Aplicación a nivel internacional

Primer Seminario Regional sobre  
Ética en el Turismo

Quito, 29-30 de junio de 2006

# Código Ético Mundial para el Turismo



- Fue adoptado el 1 de octubre de 1999 en Santiago de Chile por la Asamblea General de la OMT, en su resolución 406(XIII)



# Recomendaciones de la Asamblea General de la OMT de 1999

1. A **los Estados** (Miembros y no-Miembros) a que **acepten expresamente** los principios enunciados en el Código y a que los apliquen (en leyes, reglamentos y normativas), e **informen** al Comité Mundial de Ética en consecuencia
2. A los organismos y **empresas del sector turístico** a que **incorporen** las disposiciones pertinentes en sus **instrumentos contractuales** y en sus propios **códigos** y normas, e **informen** al Comité Mundial de Ética en consecuencia



# Comité Mundial de Ética del Turismo

- Creado en 2003 de conformidad con el Artículo 10 del Código Ético, como **órgano independiente e imparcial**
- **Triple cometido** asignado al Comité Mundial de Ética del Turismo por la Asamblea General :
  1. Promover la **difusión** del Código Ético Mundial.
  - 2. Evaluar y supervisar la aplicación del Código Ético.**
  3. Solucionar litigios respecto de la aplicación o la interpretación del Código por medio de la **conciliación**.

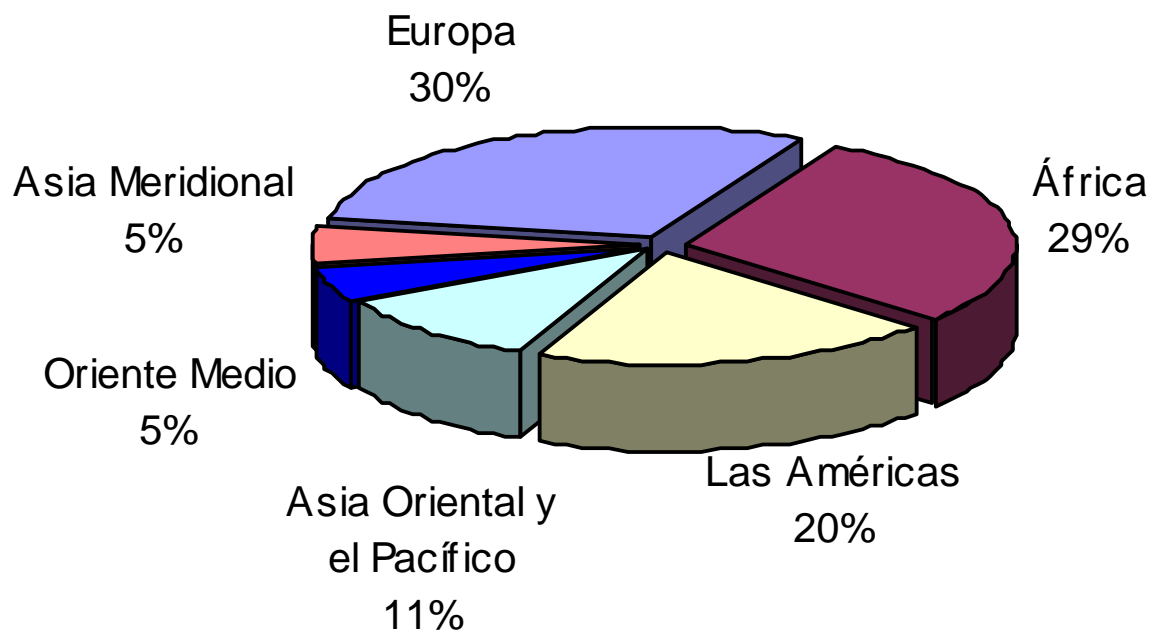


# Encuesta relativa a la aplicación del Código Ético Mundial

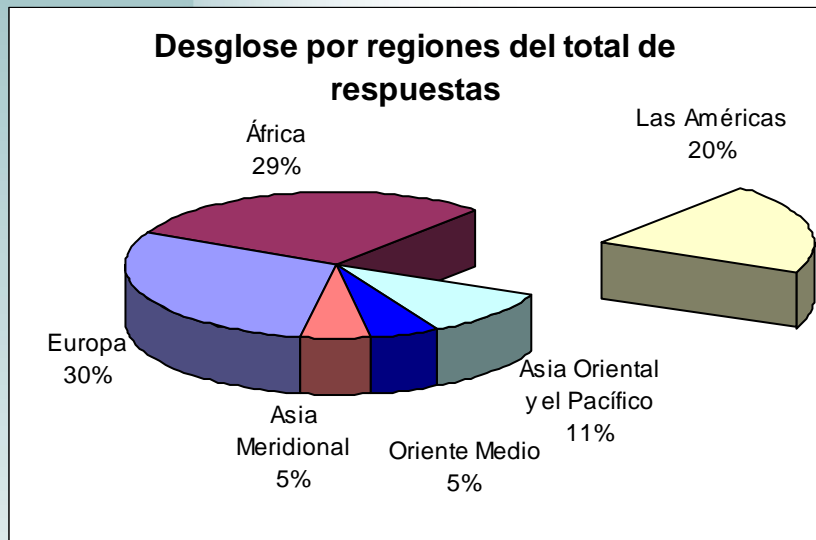
- **Objetivo de la encuesta:**
  - **Determinar el grado de aplicación** del Código Ético desde su adopción en 1999
  - **Inventariar** las medidas adoptadas para promover y difundir el Código Ético
- **Periodo de realización de la encuesta entre los Miembros de la OMT:**
  - **junio de 2004 – julio de 2005**
- **Tasa de respuesta:**
  - **94 respuestas, Miembros Efectivos y Asociados (= 61%)**
  - **17 respuestas, Miembros Afiliados (= 6 %, no representativo)**

# Encuesta relativa a la aplicación del Código Ético Mundial

## Desglose por regiones del total de respuestas



# Respuestas recibidas de los países de las Américas



1. Argentina
2. Bolivia
3. Brasil
4. Canadá
5. Chile
6. Colombia
7. Costa Rica
8. Ecuador
9. El Salvador
10. Guatemala
11. Honduras
12. Jamaica
13. México
14. Panamá
15. Paraguay
16. Perú
17. Puerto Rico
18. República Dominicana
19. Venezuela



# Modalidades de aceptación y de aplicación del Código

- **Aceptación oficial** del Código
- **Incorporación** de los principios del Código en legislación y reglamentación nacionales,
- **Traducción** del Código a idiomas nacionales o locales
- **Divulgación** del Código entre los “agentes del desarrollo del turismo”
- Adopción de otras medidas para la **promoción** del Código y la **capacitación**
- Designación de **enlaces** en las ANT para el Código



# 1. Aceptación Oficial del Código

- **Notificación oficial escrita** de la aceptación al Secretario General de la OMT o el Presidente del Comité Mundial de Ética (Bolivia, El Salvador, Perú)
- **Declaración oficial pública** de la aceptación formulada por autoridades de turismo en actos públicos o en ruedas de prensa (México)
- **Aprobación o refrendo por órganos institucionales o gubernamentales**  
Argentina – Cámara de Diputados;  
Honduras – Congreso Nacional;  
España – Consejo de Ministros.
- **Publicación en el Boletín / Diario Oficial del Estado**



## 2. Incorporación del Código en legislación y reglamentación nacionales

- En 2005, **tres cuartas partes de los países que respondieron (68)** habían incorporado los principios éticos del Código en sus textos legislativos o se habían basado en ellos al promulgar legislación y reglamento nacionales.
- Incorporación de principios en:
  - Leyes de Turismo;
  - Compendios de normas y reglamentos de turismo;
  - Políticas nacionales de turismo y planes directores de turismo;
  - Planes estratégicos de desarrollo del turismo; de seguridad del turismo; de mercadeo y promoción; etc.
- Otras aplicaciones:
  - Adopción de **códigos éticos nacionales** y sectoriales;
  - Creación de **comités nacionales** encargados de la aplicación del Código Ético;
  - Creación de oficinas del **Defensor del Turista**.



## 3. Traducción del Código

- El Código disponible en los **5 idiomas oficiales** de la OMT (árabe, español, francés, inglés y ruso)
- Recomendación a las ANT de traducir el Código a los **idiomas nacionales**, para una mejor difusión a escala local;
- Las traducciones nacionales y locales:
  - se **registran** en la Secretaría del Comité de Ética;
  - se **publican** en las páginas de la OMT en Internet “Ética en el Turismo”, en la siguiente dirección:  
[http://world-tourism.org/code\\_ethics/eng.html](http://world-tourism.org/code_ethics/eng.html)



Search | Home

# Ética en el Turismo



| English | Français

**Código Ético Mundial para el Turismo**



**Comité Mundial de Ética del Turismo**

**Contacto**



## Ética en el Turismo



### Código Ético Mundial

Historia

Texto completo

Principios

Resoluciones

Aplicación

Eventos

El turista responsable

### Comité Mundial

Miembros

Reuniones

Solución de litigios

### Contacto

### Código Ético Mundial para el Turismo

Descargar el texto completo del Código (folleto) en formato PDF en los siguientes idiomas oficiales de la OMT:

ENGLISH

ESPAÑOL

FRANÇAIS

RUSO

ÁRABE



Descargar el texto completo del Código (en formato PDF) que ha sido traducido por los siguientes países a sus respectivos idiomas nacionales:

- ALEMANIA (alemán)
- ANDORRA (catalan)
- BANGLADESH (bengalí)
- BRAZIL (portugués)
- CHINA (chino)
- ESLOVAQUIA(eslovaco)
- ESLOVENIA (esloveno)
- GRECIA (griego)
- HUNGRÍA (húngaro)



# Traducciones del Código a los idiomas nacionales y/o locales

1. ALEMANIA (alemán)
2. ANDORRA (catalán)
3. AZERBAIYÁN (azerí) (\*)
4. BANGLADESH (bengalí)
5. BRASIL (portugués)
6. COMUNIDAD FLAMENCA DE BÉLGICA (flamenco)
7. CROACIA (croata) (\*)
8. ESLOVAQUIA (eslovaco)
9. ESLOVENIA (esloveno)
10. ETIOPÍA (amhárico) (\*)
11. FILIPINAS (filipino)
12. GEORGIA (georgiano) (\*)
13. GRECIA (griego)
14. HUNGRÍA (húngaro)
15. INDONESIA (indonesio)
16. IRÁN, REP. ISLÁMICA DEL (persa) (\*)
17. ISRAEL (hebreo)
18. JAPÓN (japonés)
19. JORDANIA (árabe)
20. LESOTHO (sesotho) (\*)
21. LITUANIA (lituano)
22. NIGERIA (hausa, igbo y yoruba)
23. PALESTINA (árabe)
24. POLONIA (polaco)
25. PORTUGAL (portugués)
26. REPÚBLICA CHECA (checo)
27. REPÚBLICA DE COREA (coreano)
28. REPÚBLICA DE MOLDOVA (moldavo) (\*)
29. REPÚBLICA UNIDA DE TANZANÍA (swahili)
30. RUMANIA (rumano)
31. SAN MARINO (italiano)
32. SERBIA Y MONTENEGRO (serbio)
33. TAILANDIA (tailandés)
34. TURQUÍA (turco)
35. UCRANIA (ucraniano) (\*)
36. VIET NAM (vietnamita) (\*)


(\*) traducciones no disponibles en la página web OMT



## 4. Divulgación del Código entre “agentes del desarrollo del turismo”

A efectos del Código, la expresión  
“**agentes del desarrollo turístico**” comprende las  
siguientes instancias:

- las **administraciones nacionales**;
- las **administraciones locales** con competencias específicas de turismo;
- los establecimientos y las **empresas de turismo**, así como sus asociaciones;
- las **entidades que financian** proyectos turísticos;
- los **profesionales** y los consultores de turismo;
- los **empleados** y los sindicatos de empleados del turismo;

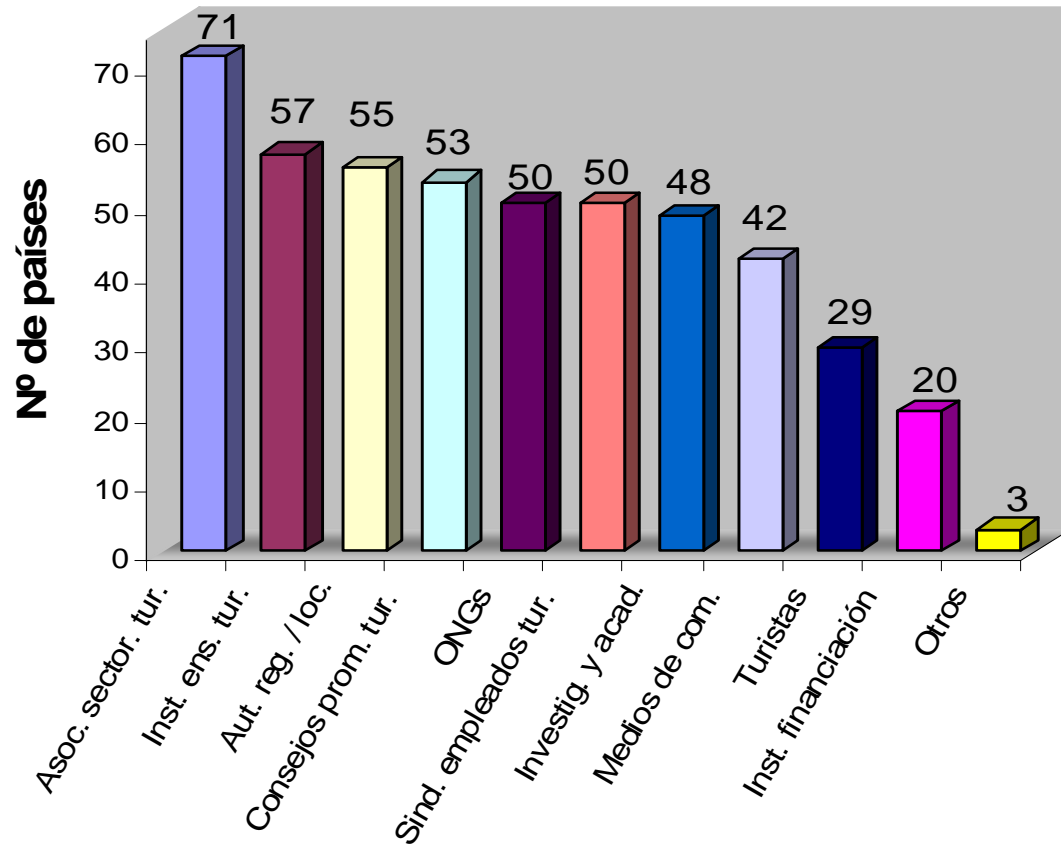



# Divulgación del Código entre “agentes del desarrollo del turismo (sigue)

- los centros de **enseñanza** y formación en turismo;
- los **viajeros**, incluidos los viajeros de negocios, y los visitantes de los destinos, de los lugares y de los atractivos turísticos;
- la **población local** y las comunidades receptoras de los destinos turísticos por mediación de sus representantes;
- otras **personas físicas y jurídicas** con intereses en el desarrollo turístico  
(entre ellas las ONG especializadas en turismo y las directamente relacionadas con proyectos turísticos y con la prestación de servicios turísticos )



# Difusión del Código por las ANT





## 5. Medidas gubernamentales para la promoción del Código

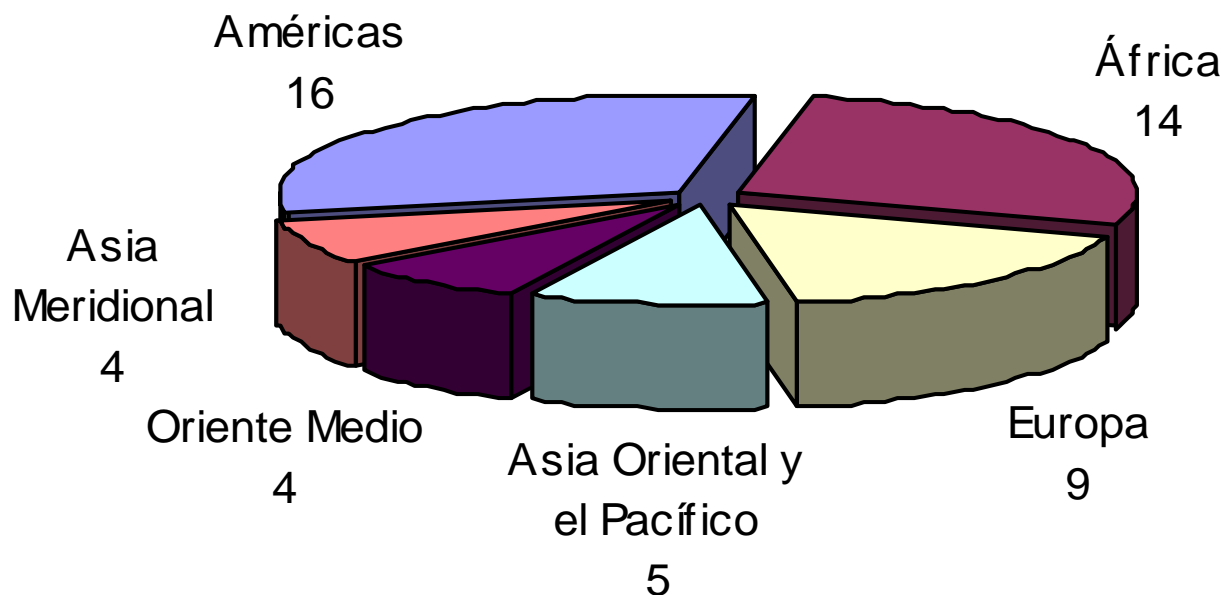
Además de la **difusión** y la **traducción**, del Código, las ANT han reportado las siguientes medidas:

- Organización de **reuniones, talleres, mesas redondas**
- Publicación de **folletos**, con directrices para cada sector, e información sobre mejores prácticas
- **Ruedas de prensa**
- Actividades de **formación y capacitación** (en universidades, para la policía turística, etc.)
- **Muestras itinerantes**
- **Campañas nacionales** sobre aspectos concretos del Código (p.ex., prevención ESCI en el turismo)

## 6. Designación de enlaces en las ANT

**Función: coordinar la supervisión de la aplicación del Código a nivel nacional**

### Número de enlaces por región





# Conclusiones

**De los resultados de la encuesta se desprende la necesidad de:**

- **Intensificar** la promoción del Código Ético en todo el mundo
- **Redoblar** las actividades de sensibilización, especialmente con el sector turístico privado
- **Mejorar y complementar** las medidas ya adoptadas por las ANT
- **Elaborar** un conjunto de recomendaciones prácticas para orientar hacia un mejor aplicación del Código Ético,



# Parámetros de aplicación del Código

- **Objetivo:**
  - Servir de **referencia y orientación** a los Miembros de la OMT en la aplicación práctica de los principios del Código
  - Forjar un **consenso sobre prácticas responsables en turismo** en aras de facilitar la calidad, la confianza, la credibilidad del sector
- **Aplicación voluntaria:**
  - Libertad de decidir si adoptar o no los **compromisos**, así como el **grado de aplicación** (recomendaciones “mínimas” o de “búsqueda de la calidad”)
- **Alcance de los parámetros:**

Para cada actividad que se define en los artículos y sub-apartados del Código:

  - Se fijan los **agentes** concernidos,
  - Se explicitan los **criterios éticos de referencia** (tres principios básicos)
  - Se desglosan los varios **compromisos de aplicación**, y
  - Se relacionan con los **indicadores / parámetros** correspondientes.



# Adaptación del Código

- **Código Ético Mundial**
  - = **conjunto amplio de principios** destinado a **todos los agentes** interesados en el desarrollo turístico (sector público y privado, sociedad civil, etc.)
  - = cubre **varios temas de interés global**:
    - unos con un dimensión más **cultural, ambiental o social**
    - otros con una connotación más **económica**
  - = temas que **afectan en diversos grados** a los diferentes agentes del turismo (gobiernos, empresas, visitantes, etc.)
- **Necesidad de un enfoque más práctico con el fin de:**
  - acercar el Código Ético individualmente a cada categoría de actores,
  - promover para cada grupo los principios éticos que les conciernen y les afectan directamente

**Ejemplos: Austria**

**El Turista y Viajero Responsable**

**Derechos Humanos para las empresas turísticas**

## Estimado viajero:

"El turista y viajero responsable" es una guía práctica, que pretende ayudarle a que su viaje sea una experiencia enriquecedora.

Los consejos que a continuación le presentamos se basan en el *Código Ético Mundial para el Turismo* de la Organización Mundial del Turismo



## EL TURISTA Y VIAJERO RESPONSABLE

Los viajes y el turismo deben concebirse y practicarse como un medio de desarrollo personal y colectivo. Si se llevan a cabo con una mente abierta, son un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

Todos tenemos una función que cumplir en la generalización de unos viajes y un turismo responsables. Los gobiernos, las empresas y las comunidades deben procurarlo sin duda por todos los medios, pero usted también, en su calidad de visitante, puede apoyar sensiblemente este objetivo de muchas maneras:



Ábrase a las culturas y tradiciones distintas de las suyas: su experiencia se verá transformada, usted se ganará el respeto de la población local, y ésta lo acogerá más fácilmente. Sea tolerante y respete la diversidad; observe las tradiciones y las prácticas sociales y culturales del lugar.

Respete los derechos humanos. Cualquier forma de explotación vulnera los objetivos fundamentales del turismo. La explotación sexual infantil es un delito punible, tanto en el lugar donde se lleve a cabo como en el país de residencia de quien lo cometa.



Ayude a conservar el entorno natural. Proteja la flora y la fauna silvestres y su hábitat, y no compre productos elaborados a partir de plantas o animales en peligro.

Respete los recursos culturales. Las actividades turísticas deben practicarse con respeto por el patrimonio artístico, arqueológico y cultural.



Su viaje puede contribuir al desarrollo económico y social. Compre artesanía y productos locales para apoyar la economía del lugar, y atégase a los principios del comercio justo. Cuando regatee, tenga presente el concepto del salario justo.

Antes de salir de viaje, infórmese sobre la situación sanitaria efectiva de su destino y sobre el acceso en él a servicios consulares y de emergencia, y asegúrese de que su salud y su seguridad personal no correrán peligro. Cerciérese de tener cubiertas allí sus necesidades específicas (alimentación, accesibilidad o atención médica) antes de decidirse a viajar a un destino determinado.



Reúna toda la información posible sobre su destino, y dedique tiempo a entender sus costumbres, normas y tradiciones. Evite los comportamientos que puedan ofender a la población local.

Infórmese de la legislación vigente para no cometer ningún acto que se considere delictivo en el país visitado. No trafique con drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, ni productos o sustancias peligrosos o prohibidos por los reglamentos nacionales.



UN WORLD TOURISM ORGANIZATION  
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME  
ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَنْعَتُهُ الْعَالَمِيَّةُ لِلتَّوْرِيْمِ

Para más información:

[http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/sp.html](http://www.world-tourism.org/code_ethics/sp.html)

E-mail: [ethics@world-tourism.org](mailto:ethics@world-tourism.org)



## Iniciativa sobre Turismo y Derechos Humanos para las empresas turísticas

- Iniciativa conjunta **OMT/ IBLF**  
(Consortio de Turismo Prince of Wales  
International Business Leaders Forum)
- Código Ético en el **contexto empresarial**:  
Cómo el sector privado puede abordar los  
temas de derechos humanos en sus propias  
operaciones empresariales.





**Muchas gracias.**

**Marina Diotallevi**  
**Jefa de Unidad**  
**Dimensiones Ética y Social del Turismo**  
**OMT**

**Email: [ethics@world-tourism.org](mailto:ethics@world-tourism.org)**