



# Asamblea General

Distr. general  
31 de julio de 2015  
Español  
Original: inglés

## Septuagésimo período de sesiones

Tema 20 del programa provisional\*  
Desarrollo sostenible

### Informe del Secretario General sobre el Código Ético Mundial para el Turismo

#### *Resumen*

El Código Ético Mundial para el Turismo fue aprobado por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1999 y reconocido por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001 como marco de referencia para el desarrollo del turismo sostenible. Se trata de un conjunto amplio de principios dirigidos a diferentes interesados, como los gobiernos, el sector privado, las comunidades de acogida, los turistas y los medios de comunicación, que tiene por objeto maximizar los beneficios del sector y minimizar los posibles efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente, las sociedades y el patrimonio cultural de todo el mundo. El Código Ético es un instrumento de carácter voluntario y, por ende, no vinculante. No obstante, la OMT está examinando actualmente un proyecto de propuesta para transformar el Código en una convención internacional jurídicamente vinculante.

El Comité Mundial de Ética del Turismo se estableció en 2001 en virtud de una resolución de la Asamblea General de la OMT como órgano tercero imparcial encargado de la interpretación del Código, así como de la evaluación de su aplicación. El Presidente y los miembros de ese Comité son personalidades independientes de los sectores público y privado que prestan servicios en el Comité a título personal por un mandato renovable de cuatro años. La estructura y las funciones del Comité fueron examinados por la Asamblea General de la OMT en 2011, y en 2013 dicha Asamblea nombró a un nuevo Comité reformado.

\* [A/70/150](#).



Desde la aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo en 1999, la secretaría de la OMT ha realizado cuatro encuestas entre sus Estados miembros (en 2000, 2004, 2009 y 2014) para seguir de cerca la aplicación del Código por las administraciones nacionales de turismo. Para la última encuesta, objeto del presente informe, se recibieron 62 respuestas en relación con el cuestionario sobre la aplicación del Código, procedentes de Estados y territorios miembros de la OMT, incluida una respuesta de un Estado que no es miembro de la OMT (Finlandia). En general, desde el año 2000, 128 Estados y territorios han respondido a por lo menos una de las cuatro encuestas sobre la aplicación realizadas por la organización, cifra que representa el 82% de los miembros.

En 2011, la organización puso en marcha una campaña para mejorar la aplicación del Código por el sector privado, donde están los profesionales principales del desarrollo del turismo. Con ese fin en mente, las empresas de turismo y sus asociaciones comerciales fueron invitadas a adherirse al Código Ético mediante la firma de un compromiso por el que se obligaban a defender y promover los principios éticos y a informar al Comité Mundial de Ética del Turismo sobre cómo se estaban aplicando en sus operaciones comerciales. Al 30 de junio de 2015, 417 empresas y asociaciones de 57 países de todo el mundo han firmado el compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT, 134 de las cuales ya han presentado su cuestionario de notificación al Comité. **Cabe señalar que el compromiso del sector privado con el Código no constituye un sistema de certificación, y que las respuestas a la encuesta se basan en la autoevaluación de las empresas.**

## Índice

|                                                                                                                                                                | <i>Página</i> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| I. Introducción . . . . .                                                                                                                                      | 4             |
| II. Actividades del Comité Mundial de Ética del Turismo . . . . .                                                                                              | 5             |
| III. Aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte de los Estados miembros de la OMT . . . . .                                                 | 6             |
| IV. Aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte del sector privado . . . . .                                                                 | 8             |
| A. Aplicación por las empresas . . . . .                                                                                                                       | 10            |
| B. Aplicación por parte de las asociaciones . . . . .                                                                                                          | 12            |
| V. Otras actividades de la OMT en consonancia con los principios del Código . . . . .                                                                          | 13            |
| A. Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal de Programas . . . . .                                                                                     | 13            |
| B. Integración de la accesibilidad universal en el sector del turismo . . . . .                                                                                | 15            |
| C. Campaña contra la trata de personas en el sector del turismo . . . . .                                                                                      | 15            |
| VI. Conclusión . . . . .                                                                                                                                       | 16            |
| <b>Anexos</b>                                                                                                                                                  |               |
| I. Comité Mundial de Ética del Turismo (2013-2017) . . . . .                                                                                                   | 17            |
| II. Encuestas de la OMT sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo: Estados miembros de la OMT, miembros asociados y observadores . . . . .  | 18            |
| III. Encuesta sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, 2014/2015: Estados miembros de la OMT, miembros asociados y observadores . . . . . | 21            |
| IV. Cuestionario para la presentación de información de los signatarios del sector privado del Código Ético Mundial para el Turismo: empresas . . . . .        | 23            |
| V. Cuestionario para la presentación de información de los firmantes del sector privado del Código Ético Mundial para el Turismo: asociaciones . . . . .       | 25            |

## I. Introducción

1. La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción del turismo sostenible, responsable y universalmente accesible. La OMT se esfuerza por incluir el turismo en la agenda mundial como un sector que impulsa el crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental y sociocultural. En consonancia con los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, la organización tiene por objeto maximizar los efectos económicos y socioculturales positivos del turismo al tiempo que reduce al mínimo sus efectos negativos sobre el medio ambiente y la sociedad. A este respecto, la organización se ha esforzado por cumplir los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y en la actualidad tiene la determinación de promover la nueva agenda para el desarrollo sostenible, que se prevé poner en marcha oficialmente tras la aprobación de los objetivos de desarrollo sostenible por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2015.

2. El 1 de octubre de 1999, la Asamblea General de la OMT, en su resolución 406 (XIII), aprobó el Código Ético Mundial para el Turismo como su principal documento de política. En 2001, la Asamblea General de las Naciones Unidas, en su resolución 56/212, lo reconoció como un conjunto amplio de principios que debían guiar a las distintas partes interesadas en el desarrollo del turismo, a saber, los gobiernos, el sector del turismo, las comunidades de acogida y los turistas.

3. El Código Ético Mundial para el Turismo es un instrumento de carácter voluntario y por ende no vinculante. La aplicación del Código, sin embargo, puede mejorarse mediante la incorporación de su contenido y sus disposiciones en la legislación, los reglamentos y los códigos profesionales, una medida que la OMT recomienda a las administraciones nacionales de turismo y a las empresas de turismo. La conversión del Código Ético en una convención jurídicamente vinculante se está examinando actualmente en la Organización Mundial del Turismo.

4. El Código consta de un preámbulo, los principios (nueve artículos) y un mecanismo para su aplicación (artículo 10). En el artículo 10 se hace referencia directa al Comité Mundial de Ética del Turismo como el órgano tercero imparcial encargado de la aplicación e interpretación del Código Ético y del arreglo de controversias mediante la conciliación.

5. Aprobado por la Asamblea General en 2003, el Comité Mundial de Ética del Turismo había desempeñado sus funciones hasta 2013 con la composición inicial de 1 presidente, 11 miembros y 11 suplentes, elegidos por los Estados miembros y los territorios de la organización, así como por sus miembros afiliados del sector operacional. Las principales tareas del Comité incluían la interpretación, la aplicación y la evaluación de las disposiciones del Código Ético Mundial.

6. En 2011, atendiendo a la recomendación del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, la Asamblea General de la OMT aprobó la resolución 607(XIX), en que se aprobó una propuesta para reformar el Comité Mundial de Ética del Turismo con el objetivo de aumentar su independencia, mejorar su eficacia y aumentar el conocimiento y la aplicación del Código Ético Mundial en todo el mundo.

7. La reforma supuso la revisión de los procedimientos de nombramiento del Comité, así como el ajuste de su composición y sus funciones. El proceso culminó en agosto de 2013 con el nombramiento del Presidente, los ocho miembros y los tres miembros suplentes del nuevo Comité, de conformidad con la resolución 636(XX) de la Asamblea General de la OMT. El nuevo Comité dio como resultado un órgano más dinámico con un total de 12 miembros, en lugar de los 23 anteriores (véase el anexo I del presente informe).

8. La independencia de los miembros del Comité respecto de la autoridad respectiva que los propuso (gobierno, empresa afiliada o universidad) está garantizada en dos frentes: en primer lugar, porque los candidatos se someten a un riguroso proceso de selección llevado a cabo por una junta de selección creada por la Asamblea General de la OMT e integrada por el Presidente de la Asamblea General, el Presidente del Consejo Ejecutivo, el Presidente de los miembros afiliados, el Secretario General y el Asesor Jurídico de la OMT. En segundo lugar, la adopción de nuevas normas, con arreglo a las cuales todos los gastos de viaje y alojamiento en que incurren los miembros para participar en las reuniones del Comité son cubiertos por la secretaría de la OMT (y no por las respectivas autoridades que los propusieron, como sucedía anteriormente), dio lugar a la eliminación de cualesquiera obligaciones implícitas de los miembros de informar a la administración nacional de turismo, a la empresa de turismo o la institución académica que anteriormente patrocinaban su participación en las reuniones.

9. Las funciones del nuevo Comité Mundial de Ética del Turismo, detalladas en su reglamento de 2014, incluyen:

- a) Promover los principios del Código Ético Mundial para el Turismo;
- b) Observar, evaluar y presentar informes sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo;
- c) Investigar y publicar informes, recomendaciones y observaciones sobre cuestiones éticas relacionadas con el turismo;
- d) Proponer y aprobar los textos de los proyectos de convenios y otros instrumentos jurídicos sobre temas específicos relacionados con las disposiciones del Código Ético.

10. En 2013, se firmó un acuerdo entre el Gobierno de Italia y la OMT por el cual la secretaría del Comité Mundial de Ética del Turismo, que se estableció en Roma en noviembre de 2008, se transformó en el Centro para la Promoción del Código Ético Mundial para el Turismo con el fin de fortalecer la difusión del Código Ético y asistir mejor al Comité en la difusión de los conocimientos y la comprensión de este instrumento.

## II. Actividades del Comité Mundial de Ética del Turismo

11. Desde agosto de 2010, fecha del último informe del Secretario General sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo a la Asamblea General de las Naciones Unidas (A/65/275), el Comité Mundial de Ética del Turismo se ha reunido en seis ocasiones, tres de ellas con la antigua composición (Bali, junio de 2011; Roma, julio de 2012; Madrid, marzo de 2012) y en tres ocasiones con la nueva composición (Madrid, febrero de 2014; Roma, noviembre de 2014; Rovinj,

mayo de 2015), durante las cuales examinó una amplia gama de cuestiones éticas que plantean desafíos para el sector turístico.

12. Algunos de los temas más pertinentes examinados por el anterior Comité incluyen el turismo y su impacto socioeconómico en las comunidades locales, el empoderamiento económico de las mujeres a través del turismo, el turismo justo, la protección de los niños contra toda forma de explotación en el turismo, la prevención de la trata de seres humanos y de bienes culturales, el respeto del patrimonio cultural inmaterial, la protección de los turistas como consumidores, y el suministro de información imparcial a los turistas.

13. En su actual composición (2013 a 2017), el Comité ha establecido seis esferas principales para su labor, haciendo hincapié, como en mandatos anteriores, en la protección de menores, la trata de seres humanos y el turismo accesible para todos (en particular para las personas con discapacidad y con necesidades especiales), incluyendo al mismo tiempo nuevas esferas de preocupación, como la caza furtiva y el comercio ilegal de vida silvestre, la promoción de modelos justos de vacaciones con todo incluido y el efecto de calificaciones infundadas en portales de viajes que pueden afectar a la reputación de las empresas y los destinos.

14. En su última reunión, en mayo de 2015, el Comité estudió la viabilidad de convertir el Código Ético Mundial para el Turismo en un instrumento jurídicamente vinculante. Con ese fin, examinó un primer borrador de lo que podría llegar a ser una convención, preparado por el asesor jurídico de la organización, que el Comité acordó por unanimidad transmitir a la Asamblea General de la OMT para su examen en su 25º período de sesiones, que se celebrará en Medellín (Colombia) del 12 al 17 de septiembre de 2015.

### **III. Aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte de los Estados miembros de la OMT**

15. Una de las principales funciones del Comité Mundial de Ética del Turismo es supervisar la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte los gobiernos y el sector privado, principalmente por medio de encuestas.

16. Desde la aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo en 1999, la secretaría de la OMT ha realizado cuatro encuestas entre sus Estados miembros (en 2000, 2004, 2009 y 2014) para seguir de cerca la aplicación práctica de los principios del Código por las partes interesadas del sector del turismo.

17. Desde el año 2000, 128 Estados y territorios miembros (82%) han respondido al menos una de las encuestas sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo (véase el anexo II del presente informe). En la más reciente edición de la encuesta, cuyos resultados se resumen en el presente informe, la secretaría de la OMT recibió 62 respuestas de sus Estados y territorios miembros, incluso de un Estado que no es miembro, Finlandia (véase el anexo III).

18. Las regiones con mayor tasa de respuesta fueron: Europa (43% de los Estados miembros) y África (24%), seguidos de las Américas (22%).

19. Además de la aceptación oficial del Código por los Estados miembros de la OMT en el 13º período de sesiones de la Asamblea General, celebrado en Santiago en 1999, el Código Ético se ha puesto en vigor en un número de países a través de

sus respectivos órganos institucionales. En informes anteriores, se presentaron algunos ejemplos, como la aprobación por el Congreso Nacional de Honduras, por el Consejo de Ministros de España y por resoluciones parlamentarias o ministeriales en la Argentina, Costa Rica, la República Unida de Tanzania, el Uruguay y la comunidad flamenca de Bélgica. En la encuesta actual, Albania, la Argentina, Haití, Indonesia, Marruecos, Nigeria, la República Dominicana y el Uruguay han indicado que se había aprobado una resolución parlamentaria o ministerial en sus respectivos países para aplicar el Código Ético Mundial. Por otra parte, la ciudad de Puerto Princesa en Filipinas aprobó una resolución por la que se adoptó oficialmente el Código Ético Mundial en septiembre de 2014.

20. Además, 29 Estados miembros informaron de que habían incorporado algunos de los principios del Código Ético Mundial en su legislación nacional, mientras que otros 27 utilizaron los principios del Código como base para establecer regulaciones nacionales. Por ejemplo, el Gobierno de la India, en colaboración con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), Save the Children y la Pacific Asia Travel Association, elaboró un “Código de Conducta para un Turismo Limpio y Honorable” en 2010 con el fin de garantizar la seguridad en el turismo tanto de los turistas como de las comunidades locales.

21. La medida más comúnmente adoptada por los Estados miembros para promover el Código Ético ha sido su distribución a diferentes partes interesadas del sector del turismo (66% de los encuestados), y en segundo lugar su traducción a idiomas nacionales. En el momento de su aprobación en 1999, el Código Ético Mundial para el Turismo estaba disponible en los cinco idiomas oficiales de la OMT (árabe, español, francés, inglés y ruso); desde entonces ha sido traducido por los Estados miembros a otros 46 idiomas nacionales o locales.

22. Otra práctica frecuente es el uso de herramientas en línea para la difusión del Código (a través de sitios web, firmas de correo electrónico y seminarios de formación en línea). El Gobierno de España ha facilitado una descripción detallada de las vías que emplea para la promoción del Código, como su difusión a través del sitio web del Ministerio; su distribución entre las principales autoridades y asociaciones turísticas del país; la coordinación de tres talleres en línea con Gobiernos de países de América Latina sobre buenas prácticas de responsabilidad social empresarial, y, por último, una iniciativa poco común, pero muy interesante, que consiste en incluir el Código Ético en el modelo de contrato que se emplea para firmar acuerdos de colaboración con las autoridades del turismo de otros países.

23. Varios países europeos declararon que se apoyaban en el sector privado para la aplicación del Código Ético y, por tanto, centraron sus esfuerzos de difusión en las empresas. Por ejemplo, los Países Bajos explicaron que no tenían una legislación específica para el turismo; en 2004 el Ministerio de Economía de los Países Bajos creó un portal para inspirar, conectar y fortalecer a las empresas a fin de que adoptaran medidas de largo alcance en el campo de la responsabilidad social empresarial y confiaron la difusión de los principios éticos del Código a los signatarios del Código Ético Mundial para el Turismo procedentes del sector privado de los Países Bajos.

24. Una serie de mejores prácticas detalladas en los cuestionarios para la presentación de información muestran algunas tendencias interesantes por región. La región de las Américas, por ejemplo, parece poner especial énfasis en las campañas y la legislación sobre la protección de los derechos de los niños en el

turismo. En 2013, el Ministerio de Turismo de la Argentina aprobó un programa llamado Turismo Responsable e Infancia, que incluye varias medidas de cooperación interministerial y la concienciación en el sector académico, así como la cooperación con el sector privado. El Perú informó de que el Ministerio del Turismo había estado trabajando desde 2005 en la elaboración de campañas para prevenir la explotación sexual de niños en el turismo, y que en ese marco había creado un Código de Conducta nacional dirigido al sector privado, que en 2013 contaba con 1.206 firmantes. El Uruguay aprobó un reglamento nacional en diciembre de 2013 que obliga a los proveedores de turismo a adoptar una serie de medidas orientadas a la eliminación de la explotación infantil en el turismo.

25. La labor realizada en relación con el bienestar de las comunidades en esta región también es digno de destacar. La Argentina, Colombia y la República Dominicana han informado de proyectos que abordan la cuestión de mejorar la comprensión entre las culturas. La Argentina y Colombia están colaborando con las comunidades indígenas en el desarrollo de sitios de interés turístico, mientras que el segundo se centra en la repercusión del modelo de turismo de “todo incluido” en las comunidades locales.

26. Sobre la base de las respuestas a los cuestionarios recibidas parece que los Gobiernos de los países africanos, en general, están interesados en fomentar el turismo sostenible a través de las políticas ambientales. El 80% de los encuestados de esta región (12 de 15) indicaron que sus leyes y reglamentos tienen en cuenta el desarrollo sostenible, más concretamente la protección del medio natural, la biodiversidad, la vida silvestre y los paisajes. Un buen ejemplo es la respuesta recibida de la Autoridad Nacional de Turismo de Botswana que presentó la política ecológica de Botswana basada en un Manual de mejores prácticas del turismo, un sistema de certificación del turismo ecológico y una política de gestión de los recursos naturales por parte de las comunidades. La Autoridad Nacional de Turismo de Ghana también informó acerca de dos políticas pertinentes, una sobre el medio ambiente y otra sobre la silvicultura y la vida silvestre.

27. En resumen, aunque la tasa de respuesta en general es superior a la de la última encuesta (2010), sigue siendo decepcionante que el porcentaje de respuestas de regiones como Asia Meridional y el Pacífico y el Oriente Medio sea tan bajo. El carácter voluntario del propio Código Ético es posiblemente uno de los factores decisivos que explican ese nivel moderado de respuesta a la encuesta. Por eso el Comité Mundial de Ética del Turismo ha considerado necesario mejorar la aplicación del Código, como se señaló anteriormente, con la preparación de una propuesta para convertir el Código en una convención internacional jurídicamente vinculante.

#### **IV. Aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte del sector privado**

28. Con la globalización, la movilidad y la competitividad crecientes, la protección de los derechos humanos y el respeto por el medio ambiente y la sociedad en la realización de la actividad empresarial han encarado nuevos desafíos en muchos sectores económicos, incluido el turismo. El predominio del interés empresarial a veces ha llevado a realizar prácticas que, en ocasiones, no podrían considerarse responsables o éticas. Una manera de abordar los efectos negativos de

las empresas en la sociedad y el planeta ha sido a través del compromiso voluntario en materia de responsabilidad social empresarial.

29. Para aprovechar las prácticas comerciales transparentes y responsables y aumentar el respeto de los principios éticos básicos del desarrollo sostenible del turismo, en 2011 la secretaría de la OMT inició una campaña orientada a las empresas de turismo y sus asociaciones comerciales, los profesionales principales de las actividades turísticas internacionales.

30. En este contexto, la secretaría de la OMT y el Comité Mundial de Ética del Turismo, en cooperación con las administraciones nacionales de turismo, invitaron a las empresas de turismo a adherirse al Código mediante la firma pública del compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT. En una ceremonia especial, presenciada por el Secretario General de la OMT o el Presidente del Comité de Ética, las entidades signatarias se comprometen oficialmente a respetar, promover y aplicar los principios del desarrollo del turismo responsable y sostenible contenidos en el Código y a informar al Comité de Ética periódicamente de las medidas que hayan adoptado para la aplicación práctica del compromiso. A todas las empresas y asociaciones signatarias se les permite utilizar logos especiales en todos sus materiales de comunicación a condición de que cumplan el requisito de presentar información y de que no haya indicios o denuncias de prácticas poco éticas por parte de esas empresas y asociaciones. La obligación de presentar información mediante un cuestionario especial tiene que ser cumplida cada dos años por todos los signatarios del sector privado.

31. En este sentido, es importante señalar a la atención el hecho de que el compromiso del sector privado no constituye un sistema de certificación, sino más bien una declaración de intenciones por las empresas y las asociaciones que lo firmaron. La encuesta sobre la aplicación que se pide a los signatarios que completen es una herramienta de autoevaluación.

32. Por consiguiente, la encuesta sobre la aplicación debe considerarse un medio para obtener información sobre las políticas, los programas y las prácticas vigentes del sector turístico en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, lo que permitirá al Comité Ético establecer un inventario de las medidas que se están aplicando en algunas esferas y a partir de ahí identificar las posibles lagunas que requerirían un análisis más profundo y la emisión de directrices o recomendaciones. Las cinco esferas seleccionadas para este propósito son: a) la gobernanza empresarial y la ética empresarial; b) la calidad del empleo; c) la justicia social y los derechos humanos; d) el bienestar de la comunidad; y e) la sostenibilidad ambiental.

33. Al 30 de junio de 2015, 417 empresas y asociaciones procedentes de 57 países habían firmado el compromiso del sector privado con el Código Ético. Sin embargo, solo las 363 entidades que firmaron el compromiso antes del 1 de enero de 2015 han recibido el cuestionario de la encuesta para responderlo (los firmantes necesitan un mínimo de seis meses para organizarse y ajustarse al requisito de presentación de información). De las 363 entidades, un total de 134 han enviado sus respuestas al cuestionario sobre la aplicación, 82 de las cuales son empresas y 52 son asociaciones comerciales. El proceso de reunión de datos es continuo en la medida en que nuevas entidades se suman a la iniciativa.

## A. Aplicación por las empresas

34. Hasta fines de junio de 2015, la OMT había recibido 82 respuestas procedentes de empresas de un total de 189 que se esperaba que presentaran información sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo (43%) (véase el anexo IV del presente informe). Un aspecto sorprendente en relación con las respuestas es que todas las empresas que respondieron tienen su sede en 10 países solamente; a saber, Alemania, Armenia, Chile, Costa Rica, España, Filipinas, Indonesia, Japón, México y Qatar. La mayoría de las respuestas proceden de las Américas (52%).

35. En cuanto a la promoción del Código, las empresas señalan que han difundido el Código principalmente entre los miembros de su personal (97% de los encuestados) y utilizando herramientas de difusión en línea como los portales y sitios web de las empresas.

36. En cuanto a la aplicación de los principios del Código, los métodos elegidos son muy diversos: 15 empresas han confiado en códigos éticos específicos para el sector, 11 han indicado que organizaron sesiones de capacitación del personal en las que se presentó información sobre el Código, 9 empresas integraron los principios del Código en las políticas de responsabilidad social empresarial, y el resto de las respuestas varían desde la preparación de un manual de capacitación inicial para el personal nuevo hasta la inclusión de referencias al Código en la información disponible en la recepción de los hoteles.

37. De las cinco esferas de responsabilidad social empresarial mencionadas anteriormente, la proporción de las esferas de interés de las que informaron las empresas encuestadas es equilibrada. En cuanto a ejemplos concretos, varias empresas realizaron esfuerzos innovadores en las esferas del bienestar de la comunidad y la sostenibilidad ambiental, mientras que el número de buenos ejemplos relacionados con la gobernanza, la calidad del empleo y la equidad social es menor.

38. Entre las mejores prácticas más interesantes en materia de bienestar de las comunidades hay iniciativas llevadas a cabo por TUI AG, un operador turístico de alcance mundial. TUI estableció la Escuela de Hotelería Robinson en 2008 en Agadir (Marruecos), con el fin de proporcionar capacitación y oportunidades de empleo a los jóvenes en el sector del turismo del país, que está en expansión. Un proyecto similar centrado en el empoderamiento de las mujeres está ejecutándose actualmente (2012-2016) en Túnez, donde se proporciona formación profesional de calidad para las hoteleras a fin de promover el adelanto de la mujer en el sector turístico. Otro ejemplo procede de México, donde Thomson y el Thomas Cook Group, una filial de TUI AG, prestan su apoyo a las mujeres mayas para que produzcan miel, artículos de aseo y mermelada elaborada de frutas autóctonas para vender esos productos en sus hoteles. Además, Thomas Cook presentó sus excursiones “Local Label” en 2013, que permite a la empresa medir el impacto de su actividad en las economías locales.

39. Los ejemplos relacionados con la sostenibilidad ambiental fueron frecuentes, varios de los cuales proceden de Latinoamérica. Por ejemplo, Hotel Parador, situado en las cercanías del Parque Nacional Manuel Antonio en Costa Rica, aplica el sistema de ozono, que permite reducir el consumo de agua en un 35% y el uso de detergentes y suavizantes en un 50%. Además, todos los champús, acondicionadores y jabones son 100% biodegradables y se envían de nuevo a la fábrica para su

reutilización. Este hotel también trabaja con la “Titi Conservation Alliance” para proteger una especie de primate en peligro extremo de extinción en su área de operaciones. Además, el parque temático Rain Forest Adventures, ubicado cerca de San José, Costa Rica, protege 565 hectáreas de pluviselva y proporciona información al personal y a los turistas sobre cómo contribuir a la protección de flora y la fauna. La empresa se dedica a la limpieza de playas y parques nacionales, recicla todo el material consumido en las oficinas y ahorra agua y energía a través de plantas de tratamiento de agua en el parque.

40. En relación con la calidad del empleo, la cadena hotelera multinacional Grupo Barceló con sede en España presentó un plan detallado sobre calidad del empleo. El plan incluye la prevención de riesgos y programas de seguridad en el trabajo, observa el equilibrio entre el trabajo y la vida privada y mantiene la transparencia de los nuevos anuncios de trabajo a través del portal del empleado. Este último incluye el texto completo del código de ética de la empresa, inspirado en el Código Ético Mundial para el Turismo, que también se incluye como cláusula en todos los documentos contractuales. El rendimiento del personal y la satisfacción de los trabajadores con su puesto de trabajo se evalúan con instrumentos transparentes. Además, la empresa colabora con organizaciones no gubernamentales para ofrecer oportunidades de empleo a las personas con discapacidad. Durante 2014, se realizaron 689 actividades de capacitación en total.

41. Mientras que varias empresas aseguran una política de igualdad de oportunidades y de accesibilidad, las iniciativas concretas dirigidas a promover la equidad social, la igualdad de género y la accesibilidad son escasas. Las excepciones incluyen el hotel chileno Tierra Atacama, ubicado en San Pedro de Atacama, en que el 40% de los puestos directivos están ocupados por mujeres, y Amadeus IT Group, que promueve la igualdad de género a través de Amadeus Women Network, destinada a apoyar el desarrollo profesional de las mujeres de la organización.

42. Además, Tierra Atacama ofrece una serie de iniciativas en la esfera de la equidad social y los derechos humanos. El personal del hotel ha sido entrenado para reconocer los casos de explotación infantil y las instalaciones se han construido en una planta solamente para que el hotel sea accesible para las personas con discapacidad. El hotel colabora con la Fundación Smartrip, que ofrece capacitación en desarrollo empresarial a microempresarios chilenos en las cercanías de los hoteles colaboradores, con el fin de permitirles permanecer dentro de sus comunidades indígenas y preservar su identidad cultural.

43. En general, los encuestados que manifestaron un interés especial por las cuestiones relacionadas con la protección de las comunidades indígenas señalaron en la encuesta que ofrecen consejos a sus clientes sobre cómo acercarse a las comunidades locales con el fin de sensibilizar a los visitantes antes de que se produzca el encuentro real.

44. En el conjunto de las respuestas, se puede notar que los principales proveedores turísticos se preocupan (o comienzan a preocuparse) por el impacto de su negocio en las comunidades locales. Un ejemplo de ello es la iniciativa del Grupo Thomas Cook, uno de los mayores operadores turísticos a nivel mundial, que puso en marcha sus excursiones “Local Label” en 2013, lo que le ha permitido comenzar a medir el impacto de su negocio en las economías locales. El gasto medio discrecional en las economías de destino incluidas en las excursiones “Local Label”

en 2013 fue de £650.000, según las estimaciones. En México, este operador turístico apoyó las iniciativas de las mujeres mayas para conservar los bosques donde viven y ofrecer cajas de abeja para albergar a las abejas meliponas, que están en peligro de extinción. Solo se necesitan unas pocas gotas de la miel cosechada para crear artículos de higiene personal, que fueron probados en el mercado por clientes del Grupo Thomas Cook. Los productos se venden a los hoteles y la marca ha sido reconocida localmente como una empresa oficial.

45. La mayoría de los firmantes que han contestado a la encuesta ya tienen un historial consolidado en políticas de responsabilidad social empresarial. La aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo permite que la mayoría de las empresas amplíen el alcance de sus políticas de responsabilidad social empresarial al utilizar un marco de turismo internacional y al mismo tiempo ser parte de una iniciativa global.

## **B. Aplicación por parte de las asociaciones**

46. La OMT ha recibido un total de 52 respuestas procedentes de empresas de un total de 175 que se esperaba que presentaran información sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo (30%) (véase el anexo V del presente informe). La tasa de respuesta fue mayor entre las asociaciones europeas, seguidas de las asociaciones de las Américas.

47. En relación con las actividades de difusión, el 76% de las asociaciones que respondieron proporcionaron enlaces al Código en sus sitios web y casi la mitad de ellas han puesto en marcha campañas de presentación de comunicaciones sobre temas éticos relacionados con el Código. Una manera innovadora de difusión es la iniciativa de la Asociación Alemana de Viajes que elaboró un texto del Código de fácil uso por los turistas, que está disponible en su sitio web y puede ser descargado por los operadores turísticos y añadirse a los documentos de viaje de los turistas.

48. Muchas asociaciones han adoptado solamente medidas rudimentarias en lo atinente a la aplicación del Código. Sin embargo, el Código ha sido fuente de inspiración para numerosas asociaciones que han elaborado o mejorado sus propias directrices éticas y estrategias de responsabilidad social empresarial, como en el caso de la Asociación de Agentes de Viajes y Operadores Turísticos de Dinamarca, que aplicó los principios del Código en el diseño de su conjunto de instrumentos de responsabilidad social empresarial. La Federación Australiana de Agentes de Viajes informa también de que el Código Ético Mundial contribuyó al desarrollo del Plan de Acreditación de la Federación Australiana, un instrumento de acreditación de la industria que establece el nivel de referencia en materia de calidad para el sector del turismo. Las empresas que deseen obtener la acreditación del Plan tienen que acatar el Código Ético Mundial para el Turismo.

49. En el contexto de la responsabilidad social empresarial, se informó de que la gobernanza y la ética empresarial fue la esfera que más se abordó; sin embargo, los proyectos innovadores de responsabilidad social empresarial se relacionaban más a menudo con la equidad social y los derechos humanos, así como con la sostenibilidad ambiental.

50. En relación con los derechos humanos, la protección de la infancia es un tema con el que los signatarios han colaborado en el marco de diversos proyectos. Por

ejemplo, la Asociación Alemana de Viajes fue una de las primeras en iniciar la campaña de presentación de informes “Don’t look away” (No apartes la vista) en Alemania, Austria y Suiza, y la Asociación de Agentes de Viajes y Operadores Turísticos de los Países Bajos inició una campaña en el aeropuerto de Schiphol, dirigida a los pasajeros que viajaban a destinos lejanos y a los que se alentaba a informar del turismo sexual con niños.

51. La sostenibilidad ambiental es otra esfera priorizada por las asociaciones. Varias de ellas informaron de haber participado en el Sistema de Sostenibilidad de Travelife para Operadores Turísticos y Agencias de Viajes, una iniciativa de capacitación, gestión y certificación apoyada por la Unión Europea y dirigida a empresas de turismo comprometidas con lograr la sustentabilidad que concentra su atención principalmente en los hoteles, alojamientos, operadores turísticos y agencias de viajes. El programa incluye una amplia gama de criterios de sostenibilidad, que la agencia o el operador debe cumplir para formar parte del proyecto.

52. Otro buen ejemplo de promoción del desarrollo sostenible fue comunicado por la Federación de Empresas de Turismo de Chile que, desde 2012, ha encabezado un programa público-privado para promover la adopción de prácticas sostenibles en las empresas de turismo de Chile. La Federación ha elaborado siete manuales de buenas prácticas dirigidos, entre otros destinatarios, a los hoteles, restaurantes, centros de convenciones y municipios, con recomendaciones sobre cómo mejorar la sostenibilidad en las operaciones.

53. Una tendencia clara es que el Código Ético ha proporcionado a los signatarios un marco sólido que sirve de base para la promoción de los principios éticos en el turismo. Las asociaciones informan de que, con su adhesión al Código, han ganado una mayor credibilidad como actores responsables en la industria del turismo.

## **V. Otras actividades de la OMT en consonancia con los principios del Código**

### **A. Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal de Programas**

54. Se recuerda que en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012, los Jefes de Estado aprobaron el Marco Decenal de Programas como marco de acción global para promover la cooperación internacional a fin de acelerar el cambio hacia las modalidades de consumo y producción sostenibles, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. El Marco Decenal de Programas está orientado a desarrollar, reproducir y ampliar las iniciativas de producción y consumo sostenibles y fomentar la eficiencia de los recursos, a niveles nacional y regional, desvinculando la degradación ambiental del crecimiento económico, y aumentando así la contribución neta de las actividades económicas a la erradicación de la pobreza y al desarrollo social. Los objetivos del Marco Decenal se abordarán mediante diversos programas, que en la composición inicial son los siguientes: información al consumidor; edificios y construcciones sostenibles; sistemas alimentarios sostenibles; estilos de vida sostenibles y educación; adquisiciones públicas sostenibles, y turismo sostenible.

55. El Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal de Programas se inició el 5 de noviembre de 2014 con motivo del Día Mundial del Turismo Responsable en el Mercado Mundial del Viaje en Londres y se propone a aprovechar el poder de los más de 1.000 millones de turistas que viajan por el mundo cada año como una fuerza de bien. El Marco Decenal ofrece una gran oportunidad para asegurar que el turismo contribuya eficazmente al desarrollo sostenible mediante la adopción de prácticas de producción y consumo sostenibles, que se traduzcan en mejores resultados ambientales y sociales y un mejor desempeño económico; todo ello en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible. La OMT es el interlocutor principal del Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal, que tiene como interlocutores conjuntos a los Gobiernos de Francia (Ministerio de Ecología, Desarrollo Sostenible y Energía), la República de Corea (Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes) y Marruecos (Ministerio de Turismo). El interlocutor principal y los interlocutores conjuntos son apoyados por un Comité Asesor de múltiples partes interesadas de 23 miembros y por la secretaría del Marco Decenal con base en la División de Tecnología, Industria y Economía del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que se encarga de la coordinación general y presentación de informes al Consejo Económico y Social. Otras 65 organizaciones asociadas que comparten las metas y los objetivos del Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal también se comprometieron a apoyar la implementación del programa de trabajo, que tiene cuatro esferas principales: a) integración de la producción y el consumo sostenibles en las políticas y los marcos relacionados con el turismo; b) colaboración entre las partes interesadas con miras a mejorar el rendimiento de la producción y el consumo sostenibles del sector del turismo; c) fomento de la aplicación de las directrices, herramientas y soluciones técnicas para mejorar, mitigar y prevenir los efectos del turismo y para incorporar en la actividad general las modalidades de producción y consumo sostenibles entre las partes interesadas del sector del turismo; d) aumento de la financiación y las inversiones en el turismo sostenible.

56. Reconociendo la importancia del turismo como instrumento de promoción del desarrollo sostenible, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó por unanimidad la resolución 69/233 sobre la promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. El texto, patrocinado por un número sin precedentes de delegaciones (107), se basa en las recomendaciones que figuran en el informe sustantivo preparado por la OMT para la Asamblea General de las Naciones Unidas. En consonancia con las recomendaciones de la OMT, en la resolución se subraya la importancia de las políticas nacionales, las directrices y los reglamentos apropiados para promover el turismo sostenible, incluido el ecoturismo, y se alienta a los Estados Miembros de las Naciones Unidas y las instituciones financieras regionales e internacionales a que presten apoyo a los proyectos relacionados con el turismo sostenible, permitiendo la creación de empresas pequeñas y medianas, mediante la promoción de cooperativas y la facilitación del acceso a servicios financieros inclusivos, entre ellos las iniciativas de microcrédito para los pobres, los pueblos indígenas y las comunidades locales. Entre otras disposiciones de la resolución, la Asamblea General reconoce que “el turismo sostenible, incluido el ecoturismo, es un importante motor del crecimiento económico sostenible y la creación de empleos decentes, puede tener efectos positivos en la generación de ingresos y la educación y, en consecuencia, en la lucha contra la pobreza y el hambre, y puede contribuir directamente al logro de los objetivos de desarrollo convenidos internacionalmente”

y exhorta al sistema de las Naciones Unidas a que promueva el turismo sostenible, incluido el ecoturismo, como instrumento que puede contribuir a lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

## **B. Integración de la accesibilidad universal en el sector del turismo**

57. En el Código Ético Mundial se señala explícitamente que un acceso directo y personal al turismo debe ser un derecho abierto por igual a todos, por lo que recomienda que se aliente y facilite el turismo para las personas con discapacidad. En consonancia con este principio, la OMT promueve el acceso universal a las infraestructuras, los productos y los servicios de turismo como elemento central de cualquier política de turismo responsable y sostenible.

58. En estrecha colaboración con las organizaciones de personas con discapacidad y entidades conexas de la sociedad civil, la organización y el Comité Ético Mundial para el Turismo elaboraron las recomendaciones sobre el turismo accesible para todos, que fueron aprobadas por la Asamblea General de la OMT en 2013. Un conjunto de recomendaciones más específicas que se centran en la accesibilidad de la información en el turismo se presentará a la Asamblea General de la OMT para su aprobación en su próximo período de sesiones, en septiembre de 2015.

59. Estas recomendaciones se complementan con una serie de manuales técnicos dirigidos a las administraciones nacionales de turismo, las organizaciones de gestión de destinos y las empresas de viajes y turismo. En estos manuales se analizan los factores de la oferta y la demanda vinculados al turismo accesible y se sugieren indicadores para crear destinos accesibles de conformidad con los principios de Diseño para Todos. Hacer que el sector del turismo sea más accesible conlleva también importantes oportunidades de negocio, pero, sobre todo, dará lugar a destinos más agradables tanto para los visitantes como para la población local.

## **C. Campaña contra la trata de personas en el sector del turismo**

60. En 2014, la OMT unió fuerzas con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura para iniciar una campaña mundial en que se insta a los viajeros a que apoyen la lucha contra la trata de personas, así como el tráfico de vida silvestre y bienes culturales.

61. Iniciada bajo el lema “Sus acciones cuentan: sea un viajero responsable”, la campaña se propone crear conciencia acerca de los bienes y servicios ilícitos más comunes a que pueden exponerse los turistas mientras viajan. Con más de 1.000 millones de turistas viajando anualmente alrededor del mundo, el sector del turismo necesita reconocer su gran potencial para lograr un cambio para bien.

62. Representantes del sector privado, como Marriott International y Sabre, han participado en la difusión de la campaña a sus clientes y empleados a través de diversos medios electrónicos.

## VI. Conclusión

63. Desde la aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo por la Asamblea General en 1999, la Organización Mundial del Turismo ha promovido activamente sus nueve principios para el logro de un desarrollo del turismo sostenible, responsable y accesible, tanto mediante la labor del Comité Mundial de Ética del Turismo como mediante sus actividades programáticas ordinarias que están fuertemente vinculadas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y los futuros objetivos de desarrollo sostenible.

64. La aplicación del Código Ético Mundial por las autoridades nacionales del turismo se ha seguido de cerca desde el año 2000 y, aunque ha habido algunos logros notables, todavía hay grandes posibilidades de lograr una mejora más sustantiva en cuanto a la aplicación práctica de sus principios. Una de las principales razones es probablemente el carácter no vinculante del propio Código Ético Mundial para el Turismo. Para reforzar la eficacia del Código y la obligatoriedad de su aplicación por los gobiernos, el Comité Mundial de Ética del Turismo ha dado los pasos iniciales para transformar el Código en una convención internacional. En el 21º período de sesiones de la Asamblea General de la OMT (Medellín, Colombia, en septiembre de 2015), se presentará una primera propuesta de proyecto de convención para su examen.

65. El compromiso contraído en los últimos tiempos por el sector privado con los principios del Código Ético Mundial ha dado lugar a una iniciativa exitosa que en menos de cuatro años ha reunido a 417 signatarios de 57 países, lo que se ha traducido no solo en un mejor conocimiento y una mejor visibilidad del Código Ético, sino también en una mayor conciencia entre la comunidad del turismo a escala mundial respecto de la necesidad de aplicar prácticas comerciales más éticas y de intercambiar tales prácticas entre las empresas y los países. Desde la primera presentación de información se observa positivamente que la mayoría de las empresas y asociaciones de turismo ya han logrado, en el contexto de sus políticas de responsabilidad social empresarial, una serie de actividades que cumplen con los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. También es alentador ver la variedad de programas y actividades emprendidas por el sector privado y el interés en colaborar en nuevas esferas de responsabilidad social empresarial, aunque aún el Comité Mundial de Ética del Turismo no haya terminado de elaborar un mecanismo de evaluación apropiado para valorar el grado real de aplicación por parte de las empresas y asociaciones que presentan información al respecto.

66. En general, el Código Ético Mundial para el Turismo ha resultado ser hasta el momento una herramienta decisiva en la promoción del desarrollo ético, responsable y sostenible del turismo, en consonancia con los objetivos y los valores fundamentales de las Naciones Unidas. No obstante, todavía queda mucho por hacer, y el apoyo de la Asamblea General contribuiría a que prosigan las iniciativas emprendidas para aumentar la influencia del Código.

## Anexo I

### Comité Mundial de Ética del Turismo (2013-2017)

*Presidente:*

Sr. Pascal LAMY (Francia)  
Ex Director General de la Organización Mundial del Comercio (OMS)

*Miembros:*

Sr. I Gede ARDIKA (Indonesia)  
Ex Ministro de Turismo de Indonesia

Sr. Yoshiaki HOMPO (Japón)  
Ex Comisionado de la Agencia de Turismo del Japón

Sra. Fiona JEFFERY (Reino Unido)  
Ex Presidenta del World Travel Market

Sr. Khelil LAJIMI (Túnez)  
Ex Ministro de Turismo de Túnez

Sr. Jean-Marc MIGNON (Francia)  
Presidente, Organización Internacional de Turismo Social

Sra. Tanja MIHALIC (Eslovenia)  
Jefa del Instituto de Turismo, Universidad de Ljubljana (Eslovenia)

Sr. Ron OSWALD (Reino Unido)  
Secretario General de la Unión Internacional de los Trabajadores de la  
Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines

Sr. Eugenio YUNIS (Chile)  
Vicepresidente Ejecutivo de la Federación de Empresas de Turismo de Chile

*Miembros suplentes:*

Sr. Hiran COORAY (Sri Lanka)  
Presidente, Jetwing

Sra. Suzy HATOUGH (Jordania)  
Directora de Dar Al-Diafa for Tourism Human Resources Development  
Consultancy

Sra. Gunnur DIKER (Turquía)  
Asesora del Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Turquía  
(TÜRSAB) en el texto recibido de STS

## Anexo II

### **Encuestas de la OMT sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo: Estados miembros de la OMT, miembros asociados y observadores**

Lista de los encuestados (todas las encuestas: 2000, 2004, 2008 y 2015)

1. Albania (2004, 2015)
2. Argelia (2004)
3. Andorra (2015)
4. Angola (2004, 2015)
5. Argentina (2004, 2008, 2015)
6. Armenia (2004)
7. Australia (2008)
8. Austria (2000, 2004, 2008, 2015)
9. Azerbaiyán (2004, 2015)
10. Bahamas (2015)
11. Bangladesh (2000, 2004, 2008, 2015)
12. Belarús (2015)
13. Benin (2004,2015)
14. Bhután (2004)
15. Bolivia (2004)
16. Bosnia y Herzegovina (2008, 2015)
17. Botswana (2000,2008, 2015)
18. Brasil (2000, 2004, 2008, 2015)
19. Brunei Darussalam (2015)
20. Burundi (2000, 2004)
21. Camboya (2004)
22. Camerún (2000, 2004, 2008, 2015)
23. Canadá (2000, 2004, 2008)
24. República Centroafricana (2000)
25. Chile (2004, 2008)
26. Colombia (2004, 2008, 2015)
27. Congo (2004, 2015)
28. Croacia (2000, 2015)
29. Costa Rica (2004, 2008, 2015)
30. Côte d'Ivoire (2004)
31. Chipre (2000, 2004, 2008)
32. República Checa (2000, 2004, 2015)
33. República Dominicana (2004, 2015)
34. Ecuador (2000, 2004, 2008, 2015)
35. Egipto (2000, 2004)
36. El Salvador (2000,2004)
37. Eritrea (2004)
38. Etiopía (2000)
39. Fiji (2000, 2004)
40. Finlandia<sup>a</sup> (2015)
41. Flandes, Bélgica (2004, 2008 y 2015)

<sup>a</sup> No es un Estado miembro de la OMT.

42. Francia (2000)
43. Gabón (2004, 2015)
44. Gambia (2015)
45. Alemania (2004, 2008, 2015)
46. Georgia (2000, 2015)
47. Ghana (2000, 2015)
48. Grecia (2000, 2004, 2008, 2015)
49. Guatemala (2000, 2004)
50. Guinea (2004)
51. Guinea-Bissau (2000)
52. Haití (2015)
53. Honduras (2004)
54. Hong Kong (China) (2004)
55. Hungría (2000, 2004, 2015)
56. Indonesia (2000, 2004, 2008, 2015)
57. Irán, República Islámica del (2004)
58. Israel (2004, 2015)
59. Italia (2000, 2004, 2008)
60. Jamaica (2000, 2004, 2008, 2015)
61. Japón (2000, 2015)
62. Jordania (2004, 2008)
63. Kenya (2000, 2004, 2008, 2010)
64. Kirguistán (2004)
65. Letonia (2008)
66. Lesotho (2000, 2004)
67. Lituania (2004, 2015)
68. Macao, R.A.E., China (2000, 2008)
69. Madeira (Portugal) (2004)
70. Malawi (2004)
71. Malasia (2004)
72. Maldivas (2015)
73. Malí (2004)
74. Malta (2004)
75. Mauricio (2000, 2004)
76. México (2004, 2015)
77. Mónaco (2004)
78. Montenegro (2004)
79. Marruecos (2004, 2015)
80. Myanmar (2015)
81. Países Bajos (2004, 2015)
82. Nicaragua (2000, 2015)
83. Níger (2000, 2004)
84. Nigeria (2004, 2008, 2015)
85. Omán (2004)
86. Panamá (2000, 2004, 2015)
87. Paraguay (2004)
88. Perú (2004, 2008)
89. Filipinas (2000, 2004)
90. Polonia (2004)
91. Portugal (2004, 2008, 2015)

92. Puerto Rico (2004)
93. República de Corea (2004)
94. República de Madagascar (2000, 2004, 2008)
95. República de Moldova (2004, 2015)
96. República de Seychelles (2000, 2004)
97. Rumania (2004, 2015)
98. Federación de Rusia (2000)
99. San Marino (2000, 2008)
100. Arabia Saudita (2004, 2008)
101. Senegal (2000, 2004, 2008, 2015)
102. Serbia (2004, 2015)
103. Eslovaquia (2000, 2004, 2008, 2015)
104. Eslovenia (2004, 2015)
105. Sudáfrica (2004, 2008)
106. España (2004, 2008, 2015)
107. Sri La (2000, 2004)
108. St. Eustatius, Antillas Neerlandesas (2000)
109. Sudán (2008, 2015)
110. Swazilandia (2008, 2015)
111. Suiza (2015)
112. República Árabe Siria (2000, 2004)
113. Tailandia (2000, 2004)
114. Ex República Yugoslava de Macedonia (2015)
115. Togo (2004, 2008)
116. Túnez (2015)
117. Turquía (2004, 2008, 2015)
118. Uganda (2004)
119. Ucrania (2000, 2004)
120. Emiratos Árabes Unidos (2015)
121. República Unida de Tanzania (2000, 2004, 2008)
122. Uruguay (2008, 2015)
123. Venezuela (2000, 2004, 2015)
124. Viet Nam (2004)
125. Zambia (2000, 2004, 2008, 2015)
126. Zimbabwe (2000)
127. Santa Sede (Observador Permanente) (2000)
128. Palestina (Observador Especial) (2000)

## Anexo III

### **Encuesta sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, 2014/2015: Estados miembros de la OMT, miembros asociados y observadores**

Lista de encuestados (al 30 de junio de 2015)

*Total: 62*

#### **África (15)**

1. Angola
2. Benin
3. Botswana
4. Camerún
5. Congo
6. Etiopía
7. Gabón
8. Gambia
9. Ghana
10. Marruecos
11. Nigeria
12. Senegal
13. Sudán
14. Swazilandia
15. Zambia

#### **Las Américas (14)**

16. Argentina
17. Bahamas
18. Brasil
19. Colombia
20. Costa Rica
21. República Dominicana
22. Ecuador
23. Haití
24. Jamaica
25. México
26. Nicaragua
27. Panamá
28. Uruguay
29. Venezuela

#### **Asia y el Pacífico (4)**

30. Brunei Darussalam
31. Indonesia
32. Japón
33. Myanmar

**Asia Meridional (1)**

34. Maldivas

**Europa (27)**

35. Albania  
36. Andorra  
37. Austria  
38. Azerbaiyán  
39. Belarús  
40. Bosnia y Herzegovina  
41. Croacia  
42. República Checa  
43. Finlandia<sup>a</sup>  
44. Flandes, Bélgica  
45. Georgia  
46. Alemania  
47. Grecia  
48. Hungría  
49. Israel  
50. Países Bajos  
51. Portugal  
52. Lituania  
53. República de Moldova  
54. Rumania  
55. Serbia  
56. Eslovaquia  
57. Eslovenia  
58. España  
59. Suiza  
60. Ex República Yugoslava de Macedonia  
61. Turquía

**Oriente Medio (1)**

62. Emiratos Árabes Unidos

---

<sup>a</sup> No es un Estado miembro de la OMT.

## Anexo IV

### **Cuestionario para la presentación de información de los signatarios del sector privado del Código Ético Mundial para el Turismo: empresas**

(Fechas de compromiso entre paréntesis)

Lista de encuestados (al 30 de junio de 2015)

1. Amadeus IT Group, España (16 de septiembre de 2011)
2. Grupo Barceló, España (16 de septiembre de 2011)
3. Grupo Iberostar, España (16 de septiembre de 2011)
4. Iberia, España (16 de septiembre de 2011)
5. Meliá Hotels International, España (16 de septiembre de 2011)
6. NH Hoteles, España (16 de septiembre de 2011)
7. ArmHotels, Armenia (19 de octubre de 2012)
8. Aeroméxico, México (24 de octubre de 2012)
9. Corporativo Cedis – Grupo Palace Resorts, México (24 de octubre de 2012)
10. RCI – América Latina y el Caribe, México (24 de octubre de 2012)
11. AIDA Cruises, Alemania (17 de noviembre de 2012)
12. FTI Group, Alemania (17 de noviembre de 2012)
13. Schauinsland-Reisen GmbH, Alemania (17 de noviembre de 2012)
14. Studiosus Reisen München GmbH, Alemania (17 de noviembre de 2012)
15. Thomas Cook AG, Alemania (17 de noviembre de 2012)
16. TUI AG, Alemania (17 de noviembre de 2012)
17. Agencia de Viajes Cocolimón, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
18. Casa Luna Hotel & Spa, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
19. Cooprena & Simbiosis Tours, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
20. Costa Rica Expeditions (13 de mayo de 2013)
21. CRS Tours – Potasio K Diecinueve S.A., Costa Rica (13 de mayo de 2013)
22. CRT Team (Tour Operador & DMC), Costa Rica (13 de mayo de 2013)
23. Discovery Travel, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
24. Doka Estate Coffee Tours, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
25. Ecole Travel, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
26. Green World Adventures, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
27. Hotel Campo Verde, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
28. Hotel Colonial, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
29. Hotel Parador, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
30. Hotel Pirate Cove, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
31. Hotel Terrazas de Golf, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
32. Il Viaggio Travel, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
33. Mapache Rent a Car, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
34. Panorama Tours, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
35. Rain Forest Adventures, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
36. Ríos Tropicales, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
37. Swiss Travel, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
38. Toyota Rent a Car (Sociedad Rentacar Centroamericana S.A.), Costa Rica (13 de mayo de 2013)
39. Travel Excellence, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
40. Tryp San José, Sabana, Costa Rica (13 de mayo de 2013)

41. Unique Adventures, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
42. Westin Golf Resort & Spa Playa Conchal, Costa Rica (13 de mayo de 2013)
43. Bali Niksoma Boutique Beach Resort, Indonesia (1 de octubre de 2013)
44. Furama Villas and Spa, Ubud, Indonesia (1 de octubre de 2013)
45. Griya Santrian, Indonesia (1 de octubre de 2013)
46. Melia Bali, Indonesia (1 de octubre de 2013)
47. PT. Banten West Java (Tourism Development Corporation), Indonesia, (1 de octubre de 2013)
48. Sol Beach House Benoa Bali – All Inclusive (antiguo Melia Benoa), Indonesia (1 de octubre de 2013)
49. St. Regis Bali and The Laguna Resort, Nusa Dua, Indonesia (1 de octubre de 2013)
50. Wapa di Ume, Ubud, Indonesia (1 de octubre de 2013)
51. Arabian Adventures, Qatar (24 de febrero de 2014)
52. Intercontinental Doha, Qatar (24 de febrero de 2014)
53. Kingsgate, Qatar (24 de febrero de 2014)
54. Moevenpick Hotel Doha, Qatar (24 de febrero de 2014)
55. Moevenpick Tower & Suites Doha Qatar, (24 de febrero de 2014)
56. Plaza Inn Doha (antiguo Best Western Doha, 1 de mayo de 2014), Qatar (24 de febrero de 2014)
57. Qatar International Adventures (24 de febrero de 2014)
58. Retaj Al Rayan, Qatar, (24 de febrero de 2014)
59. St. Regis, Qatar (24 de febrero de 2014)
60. Torch Hotel, Qatar (24 de febrero de 2014)
61. Wydham Grand Regency Doha, Qatar (24 de febrero de 2014)
62. Amarella Resort Corporation, Filipinas (18 de mayo de 2014)
63. Divelink Cebu, Filipinas (18 de mayo de 2014)
64. Rajah Travel Corporation, Filipinas (18 de mayo de 2014)
65. Andina del Sud, Chile (20 de junio de 2014)
66. Atton Hoteles, Chile (20 de junio de 2014)
67. Casadoca Hotel Boutique, Chile (20 de junio de 2014)
68. EcoCamp Patagonia, Chile (20 de junio de 2014)
69. Hotel Antumalal, Chile (20 de junio de 2014)
70. Hotel Hangaroa Eco Village & Spa, Chile (20 de junio de 2014)
71. Hotel Termas Puyehue Wellness & Spa Resort, Chile (20 de junio de 2014)
72. Novojet Chile, Chile (20 de junio de 2014)
73. Panamericana Hoteles, Chile (20 de junio de 2014)
74. Hotel Atacama, Chile (20 de junio de 2014)
75. Tierra Patagonia, Chile (20 de junio de 2014)
76. Termas Aguas Calientes, Chile (20 de junio de 2014)
77. Ski Portillo, Chile (20 de junio de 2014)
78. Sociedad Hotelera Quilquilco, Chile (20 de junio de 2014)
79. H.I.S., Japón (25 de septiembre de 2014)
80. JTB Corp., Japón (25 de septiembre de 2014)
81. Nippon Travel Agency, Japón (25 de septiembre de 2014)
82. World Air-Sea Service, Japón (25 de septiembre de 2014)

## Anexo V

### **Cuestionario para la presentación de información de los firmantes del sector privado del Código Ético Mundial para el Turismo: asociaciones**

(Fechas de compromiso entre paréntesis)

Lista de encuestados (al 30 de junio de 2015)

1. Federación Internacional de Asociaciones de Ejecutivas de Empresas Turísticas (FIASEET) (12 de septiembre de 2012)
2. Union of Incoming Tour Operators de Armenia – UITO (19 de octubre de 2012)
3. Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR) (24 de octubre de 2012)
4. German Travel Association (DRV) (17 de noviembre de 2012)
5. Netherlands Association of Travel Agents and Tour Operators (ANVR) (9 de enero de 2013)
6. Association of Turkish Travel Agents (TÜRSAB) (27 de marzo de 2013)
7. Turkish Hoteliers Federation (TÜROFED) (27 de marzo de 2013)
8. Turkish Tourism Investors Association (TYD) (27 de marzo de 2013)
9. Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB) (27 de marzo de 2013)
10. Fédération Nationale de l'Industrie Touristique de Côte d'Ivoire (FENITOURCI) (24 de abril de 2013)
11. Federation of Romanian Tourism Employers (FPTR), (3 de julio de 2013)
12. Organizația Patronală a Turismului Balnear (OPTBR) (The Organization of Spa Owners in Romania) (3 de julio de 2013)
13. Association of the Indonesian Tour & Travel Agencies (ASITA) (1 de octubre de 2013)
14. Indonesia Exhibition Companies Association (IECA) (1 de octubre de 2013)
15. ACTA– Association of Cyprus Travel Agents (ECTAA) (7 de noviembre de 2013)
16. Association of Canadian Travel Agencies (ACTA) (7 de noviembre de 2013)
17. Australian Federation of Travel Agents (AFTA) (7 de noviembre de 2013)
18. European Travel Agents' and Tour Operators' Associations (ECTAA) (7 de noviembre de 2013)
19. The Association of Danish Travel Agents and Tour Operators (ECTAA) (7 de noviembre de 2013)
20. Travel Agents Association of New Zealand (TAANZ) (7 de noviembre de 2013)
21. VIRKE – Enterprise Federation of Norway (7 de noviembre de 2013)
22. Alentejo Network of Village Tourism Genuineland, Portugal (2 de diciembre de 2013)
23. Associação Portuguesa dos Portos de Recreio (APPR) (2 de diciembre de 2013)
24. European Blue Flag Association (ABAE) (2 de diciembre de 2013)
25. Portuguese Association of Hotels, Restaurants and Tourism (APHORT) (2 de diciembre de 2013)
26. Portuguese Association of Resorts (APR) (2 de diciembre de 2013)

27. Portuguese Tourism Confederation (2 de diciembre de 2013)
28. Privetur – Portuguese Association of Rural Tourism (2 de diciembre de 2013)
29. Asociación Dominicana de Operadores de Turismo (ADOTUR) (17 de febrero de 2014)
30. Association of Bulgarian Tour operators and travel agents (29 de mayo de 2014)
31. Bulgarian Association of Travel Agents (29 de mayo de 2014)
32. Bulgarian Association for Alternative Tourism (29 de mayo de 2014)
33. Bulgarian Tourist Chamber (29 de mayo de 2014)
34. Union of Bulgarian Tourist Guides (29 de mayo de 2014)
35. Asociación Gremial de Empresarios Hoteleros de Chile (20 de junio de 2014)
36. Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR) (20 de junio de 2014)
37. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes (ANATO) (25 de junio de 2014)
38. Japan Association of Travel Agents (JATA) (25 de septiembre de 2014)
39. Japan Travel and Tourism Association (JTTA) (25 de septiembre de 2014)
40. Cámara Nacional de Comercio (Bolivia) (7 de octubre de 2014)
41. Federación Boliviana de Guías de Turismo (FEBOGUIT) (7 de octubre de 2014)
42. Asociación Hotelera de Itapúa (ASHOIT), Paraguay, (9 de octubre de 2014)
43. Asociación Industrial Hotelera del Paraguay (AIHPY) (9 de octubre de 2014)
44. Asociación Paraguaya de Agencias de viajes y Empresas de Turismo (ASATUR) (9 de octubre de 2014)
45. Unión de Asociaciones de Turismo del Paraguay (9 de octubre de 2014)
46. Association of Croatian Travel Agencies (UHPA) (6 de noviembre de 2014)
47. Association of Finnish Travel Agents (6 de noviembre de 2014)
48. Association of Swedish Travel Agents and Tour Operators (6 de noviembre de 2014)
49. Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA) (4 de diciembre de 2014)
50. Cámara Argentina de Turismo (4 de diciembre de 2014)
51. Cámara de Hosteles, Argentina (4 de diciembre de 2014)
52. Federación Empresaria Hotelera Gastronómica Argentina (FEHGRA) (4 de diciembre de 2014)