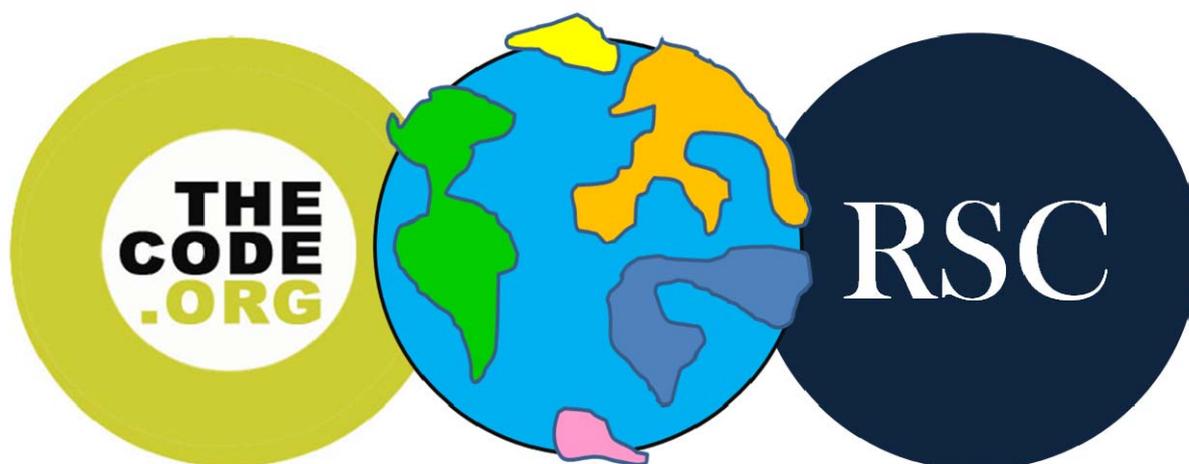


CÓDIGO DE CONDUCTA PARA LA PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN EL TURISMO Y EN LOS VIAJES

Documento de Presentación

Una estrategia de Responsabilidad Social ...



... una oportunidad para cambiar el mundo.



Entidades y empresas españolas que son miembros de The Code y han suscrito el Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes de la Explotación Sexual en el Turismo y en los Viajes.

MELIÀ
HOTELS
INTERNATIONAL

Barceló
HOTELS & RESORTS

VIAJES
mogador
C.A.A. 165

Hoteles
CATALONIA
Buenos Hoteles

IBEROSTAR
HOTELS & RESORTS

ORIZONIA

FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

Agrupación de Cadenas Hoteleras
Fundada en 1977

Illes Balears
MALLORCA MENORCA IBA FORMENTERA

ashotel a

ASOCIACIÓN HOTELERA Y EXTRAHOTELERA DE
TENERIFE, LA PALMA, LA GOMERA Y EL HIERRO



ÍNDICE

¿Qué es una empresa socialmente comprometida?	2
Introducción	3
Las empresas y los Derechos Humanos	4
Derechos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa	5
Estándares internacionales en RSC	7
Los Códigos de Conducta	9
Ejemplos de Códigos de Conducta	10
Las particularidades del Sector Turístico	11
¿Qué es la explotación sexual Comercial asociada al Turismo?	12
La responsabilidad del Sector Turístico	14
El Código de Conducta para la Protección de de los Niños, Niñas y Adolescentes contra la Explotación Sexual en el Turismo y los Viajes (ESCNNAT)	16
Objetivos del Código de Conducta contra la ESCNNAT	18
Motivos para suscribir el Código de Conducta	19
Anexos	
¿Qué es ECPAT?	22
¿Qué es The Code?	25
¿Qué es FAPMI?	26
¿A qué se destina la cuota anual?	27



¿QUÉ ES UNA EMPRESA SOCIALMENTE COMPROMETIDA?

La empresa es un núcleo de interacción económica y social con capacidad para incidir significativamente a todos los niveles en el ecosistema humano. La empresa genera impacto económico, social, medioambiental, pero sobre todo, humano. Las empresas pueden contribuir de manera efectiva al desarrollo social, cultural, económico y personal y –especialmente- al desarrollo sostenible.

Las empresas socialmente comprometidas son conscientes de este potencial, así como de la responsabilidad que esto implica. Fruto de esa consciencia, toman medidas y decisiones orientadas a la mejora de las condiciones de su entorno natural y humano. FAPMI-ECPAT España reconoce este compromiso y considera a las empresas y organizaciones del sector privado como aliados estratégicos en el proceso de cambio social que pretendemos.

Nos dirigimos a este tipo de empresas y organizaciones, sensibilizadas con la infancia y la adolescencia, con la necesidad de protegerlas y de promocionar el buen trato como la mejor estrategia para prevenir formas inadecuadas de relacionarse con los niños, niñas y adolescentes; empresas y entidades con políticas de Responsabilidad Social Corporativa en las que, como muestra de su compromiso, se integren estos principios.



INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las industrias más grandes a nivel mundial, que genera más empleo y recursos económicos que cualquier otra industria en el mundo; tanto es así, que entra como parte fundamental de las agendas políticas públicas de muchos países.

La década de los 90 supuso una etapa de madurez del sector. Su crecimiento impulsó la creación, por parte de diferentes organismos y organizaciones, de instrumentos que potenciaran una regularización del desarrollo de la industria sostenible en todos los ámbitos donde esta incide.

Uno de los objetivos de estos instrumentos es garantizar que la industria turística se desarrolle de manera responsable, minimizando los efectos negativos que pudieran derivarse de sus actuaciones sobre los recursos (económicos, ambientales y socioculturales) y que sus prácticas garanticen en todo momento los derechos humanos y, especialmente, los derechos de los más vulnerables como son las personas menores de edad.

El respeto y la preservación de los Derechos Humanos debe ser un compromiso compartido tanto por el sector público como por el sector privado, dentro de los espacios de trabajo y en la esfera de su influencia más amplia.



LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS

La necesidad de que las empresas desarrollen sus actividades con orientación basada en los derechos humanos viene justificada por los siguientes hechos:

- **Necesidad de dar cumplimiento del Derecho nacional e internacional.** Como mínimo las empresas deben garantizar que sus actividades están amparadas por la legalidad vigente en aquellos países donde desarrollen su actividad de negocio y exige el cumplimiento de la ley internacional en aquellos países donde el respeto por los derechos humanos es insuficiente.
- **Necesidad de un mayor acercamiento a las preocupaciones de los usuarios.** En la era de la globalización cada vez son más los consumidores/usuarios que tienen acceso a la información sobre los productos que consumen y que se preocupan sobre las condiciones en que estos se producen y se desarrollan.
- **Necesidad de una adecuada gestión de la cadena de suministros y de la relación con proveedores y colaboradores.** La promoción de buenas prácticas en materia de derechos humanos puede permitir a las empresas la elección de aquellos proveedores que se ajusten más a sus necesidades de cara a los usuarios y el cumplimiento de los marcos jurídicos internacionales y propios de los entornos en los que operan.
- **Necesidad de contribuir a la mejora de las relaciones en el seno de la sociedad.** Las aproximaciones de la empresa en el ámbito de los derechos humanos pueden resultar beneficiosas en los propios centros de trabajo y a nivel interpersonal entre las personas que forman la organización, pero también a nivel de comunidad local en la que desarrollan su actividad y en el contexto mundial.



DERECHOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Es crucial que las empresas difundan que su respeto por los derechos humanos forma parte de su cultura y valores organizativos. Existen diferentes conceptos y definiciones que enmarcan la Responsabilidad Social Corporativa (RSC en adelante).

En general, las diferentes definiciones destacan el papel activo que puede tener la organización en la búsqueda de un equilibrio entre los beneficios que obtiene del medio en el cual desarrolla su actividad de negocio y del que se nutre y el impacto que causa en el transcurso de ese ejercicio en los ámbitos social, cultural, económico y ambiental.

Algunas definiciones de RSC

“(...) es el compromiso continuo que deben adoptar las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

(World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)

“La mayoría de las definiciones de la Responsabilidad Social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

(Unión Europea, Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas)

“(...) es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones. Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés”.

(Foro de Expertos en RSE del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España)

“(...) es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación

del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa. La RSC centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. La RSC va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas”.

(Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA)

“(…) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto”.

(Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa)

Las organizaciones han de tener presente e incorporar dentro de su guía ética de actuaciones la existencia de una relación bidireccional entre el medio y su actividad, de manera que la potenciación de los recursos locales y la minimización de su impacto fomenta una mejora en el desarrollo de sus actividades y redundan en un beneficio para aquellas comunidades en las que opera.

Así pues, la RSC debe englobar los distintos ámbitos de gestión de la empresa suponiendo un recurso global tanto interna como externamente, afectando a todas las áreas de negocio de empresa dotando de valor el desarrollo de su actividad.



ESTÁNDARES INTERNACIONALES EN RSC

Debido al creciente interés por el tema de la RSC diferentes organizaciones han elaborado guías y estándares que pretenden ayudar a las empresas a incorporar prácticas en materia de RSC. A continuación realizamos un breve repaso de los más significativos.

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas.** Es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas con el objetivo de conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.
- **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.** Son recomendaciones dirigidas a las empresas multinacionales con el fin de promover un comportamiento responsable de las mismas, instaurar un clima favorable para la inversión internacional e incrementar las aportaciones positivas de las multinacionales en los campos económico, social y medioambiental.
- **Global Reporting Initiative (GRI).** La Global Reporting Initiative, una institución independiente en la que participan diversos agentes, elabora y promueve la *“Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad”*. Se trata del estándar internacional más reconocido para elaborar Memorias de Sostenibilidad y ofrece principios e indicadores para que las organizaciones midan e informen sobre su comportamiento económico, ambiental y social.
- **AccountAbility 1000 (AA1000).** La serie de normas del instituto británico AccountAbility orienta a las organizaciones para que establezcan procesos sistemáticos de responsabilidad que involucren a las partes interesadas en la generación de estrategias, políticas y programas, así como de indicadores asociados, objetivos y sistemas de comunicación, que guíen de manera efectiva las

decisiones, actividades y los resultados organizacionales generales.

- **Principios para las Empresas de la Caux Round Table (CRT).** La CRT está formada por empresarios líderes de Europa, Japón y Estados Unidos y promueve un capitalismo moral. Los *Principios para las Empresas* representan una declaración de objetivos para una conducta empresarial ética y responsable a nivel mundial, basada en valores compartidos. Los principios incluyen el impacto social de las operaciones de la compañía en la comunidad local, el respeto por las leyes y la ética, apoyo a acuerdos multilaterales que promuevan el libre comercio, el respeto por el medio ambiente, la prohibición de operaciones ilícitas y otras prácticas corruptas.
- **Normas de desempeño social y ambiental de la Corporación Financiera Internacional (CFI).** Las normas elaboradas por el departamento del Banco Mundial definen los criterios para financiar proyectos del sector privado. Las ocho normas de desempeño establecen condiciones que el cliente debe cumplir durante la vigencia de la inversión de la CFI y pueden ayudar a las empresas a abordar los riesgos y oportunidades ambientales y sociales de sus proyectos.
- **Objetivos de Desarrollo del Milenio.** En la Cumbre del Milenio celebrada en la sede de las Naciones Unidas en el año 2000, los representantes de 189 países aprobaron la denominada *Declaración del Milenio*, comprometiendo a sus países con una nueva alianza mundial para reducir los niveles de extrema pobreza y estableciendo una serie de objetivos, conocidos como los *Objetivos de Desarrollo del Milenio* (ODM), y cuyo vencimiento está fijado para el año 2015.
- **Declaración Universal de los Derechos Humanos.** La Declaración, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, representa el documento de referencia sobre el respeto de los derechos y libertades fundamentales de las personas.



LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA

Los compromisos asumidos en la RSC de las empresas tienen su expresión en los Códigos de Conducta.

El sector empresarial privado contribuye de manera esencial a la creación de empleo y de riqueza en aquellos países donde desarrolla su actividad. Los Códigos de Conducta expresan la política y los valores éticos que inspiran las actuaciones de las empresas en cuanto al desarrollo de sus recursos humanos, gestión ambiental e interacción con consumidores/ usuarios, clientes, gobiernos y comunidades donde desarrolla su actividad.

Elementos clave de los Códigos de Conducta

- Debe formar parte de la política de la compañía.
- Ha de contar con el apoyo total de la Dirección de la compañía. Son necesarias la información y la educación sobre el contenido de los Códigos, dirigidos a las personas que forman la empresa y debe ser objeto de discusión activa a todos los niveles.
- Deben implementarse en el trabajo diario. La información relativa al criterio del Código ha de presentarse a todos los proveedores de la cadena. Algunos de los Códigos de Conducta adoptados por distintas compañías han sido criticados por ser poco concretos, lo que supone un obstáculo para su control y seguimiento. Es importante que se establezca un sistema interno de control. Algunas compañías fracasan en el control de los contenidos del Código, dando lugar a la falta de confianza entre empleados y clientes. En segundo lugar, el control y seguimiento por una tercera parte independiente resulta necesario, ya que de no ser así, en muchas ocasiones se pierde el elemento de credibilidad.
- Los Códigos de Conducta han sido a veces criticados por actuar más como una herramienta de Relaciones Públicas que como una mejora de las condiciones de trabajo o de las situaciones que requieren un compromiso y un posicionamiento claros. Una promoción equilibrada es absolutamente necesaria para causar un impacto correcto entre los clientes y usuarios.



EJEMPLOS DE CÓDIGOS DE CONDUCTA

En este apartado presentamos una revisión de algunos Códigos internacionales vinculados al Sector Turístico.

- **Código Ético Mundial para el Turismo.** La explotación sexual comercial de niños y niñas ha sido una de las principales preocupaciones que han conducido a la comunidad internacional y la Organización Mundial del Trabajo¹ a establecer un *Código Ético Mundial del Turismo*. Técnicamente éste, es la continuación de la *Declaración de Derechos en el Turismo y Código Turístico* de 1985, pero pretende tener una mayor proyección en los asuntos sociales, económicos y medioambientales desde un punto de vista ético, a la vez que equilibrar la responsabilidad de todos los agentes sociales involucrados en las actividades turísticas y de desarrollo.

Aunque no es un documento jurídicamente vinculante, su décimo artículo estipula un mecanismo de aplicación, de carácter voluntario, mediante el reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo, al que los interesados pueden someter, con carácter voluntario, cualquier litigio respecto a la aplicación e interpretación del Código de Ética².

- **Responsabilidad Social 8000.** Se trata de un estándar mundial de aspectos éticos para empresas, incluidas las turísticas. SA 8000 fue creada por el Comité de la Agencia de Acreditaciones de Prioridades Económicas y se basa en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, en la *Declaración de*

¹ La OMT / UNWTO es la Agencia especializada de Naciones Unidas en el Sector del Turismo. Puede encontrar más información sobre su implicación en la protección de la infancia y la adolescencia de la Explotación Sexual en

http://www.unwto.org/protect_children/index.php

² Para información adicional, consultar: http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

Derechos Humanos y en la *Convención sobre los Derechos del Niño* de Naciones Unidas. Este modelo garantiza que aquéllos empleados en los establecimientos certificados cumplen con los derechos básicos en el terreno de la salud, seguridad, derecho de organización, derecho de negociación colectiva, prevención en contra del trabajo infantil y jornadas y salarios decentes. Durante su desarrollo, SA 8000 ha tenido como modelos las certificaciones ISO 9000 (calidad en seguridad) y la ISO 14000 (revisión medioambiental), y como estos, SA 8000 está controlado por una autoridad independiente.

- **Certificación Verde Mundial (Green Globe).** Es un programa de certificación medioambiental desarrollado por el Comité Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), para las compañías de viajes y turismo y los destinos turísticos. El programa se basa en las obligaciones sobre sociedad, medio ambiente y cultura de la Agenda 21³. Su propósito es hacer posible que la industria turística, mediante el *Programa de Acción Verde Mundial*, alcance un nivel más alto de conciencia medioambiental y lo aplique en sus actividades.



LAS PARTICULARIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO

Según datos de la OMT⁴, el turismo moderno supone uno de los factores determinantes que posibilitan el crecimiento económico a través de la creación de empleo, empresas, infraestructuras e ingresos de exportación.

³ La Agenda 21 es una colección de principios reconocidos globalmente para el desarrollo sostenible, elaborada después de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro, celebrada en 1992.

⁴ Organización Mundial del Turismo (2011): *Panorama OMT del turismo internacional*. En este estudio se analizan las tendencias claves del turismo internacional en el año 2010 y se presentan datos sobre los medios de transporte utilizados, los motivos para la realización del viaje, la llegada de turistas internacionales, los ingresos que ha generado y cuáles han sido los principales destinos turísticos y el panorama estimado para el horizonte 2020. Disponible en:

http://www.ithotelero.com/sites/default/files/image/Estudios%20e%20Informes/wto/omt_panorama_del_turismo_internacional_2011.pdf.

“(...) actualmente, se estima en cerca del 5% la contribución del turismo al producto interior bruto (PIB) mundial. La contribución del turismo al empleo tiende a ser ligeramente superior y se estima entre el 6% y el 7% del número global de puestos de trabajo (directos e indirectos) en todo el mundo. Para las economías adelantadas y diversificadas la contribución del turismo al PIB se sitúa aproximadamente entre el 2% para países en los que el turismo es un sector comparativamente pequeño y más del 10% para países en los que el turismo constituye un pilar importante de su economía. La importancia del turismo tiende a ser todavía mayor para pequeños países en desarrollo o para determinados destinos regionales y locales en los que el turismo es un sector económico fundamental”.

Así pues el turismo constituye un fenómeno económico, social y cultural que tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en la población local y en los visitantes (turistas).

Debido a estos diversos impactos, es fundamental que la industria turística adopte un enfoque global de desarrollo, de gestión y supervisión. En concreto, uno de los problemas emergentes vinculados al turismo y que ha generado una gran preocupación es la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes asociada al turismo.



¿QUÉ ES LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL ASOCIADA AL TURISMO?

La explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA) es una violación grave de los derechos de la infancia. Se define como *“el abuso sexual por parte del adulto y la remuneración en efectivo o en especie al niño o a un tercero o terceros”*; y es un proceso en el que *“el niño es tratado como un objeto sexual y un objeto comercial”* que *“constituye un tipo de coerción y violencia en contra del niño, equiparable a los*

*trabajos forzados y a una forma de esclavitud contemporánea*⁵.

Por otra parte, la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el turismo (ESCNNAT) es la explotación llevada a cabo por una persona o personas quienes se trasladan desde su lugar de origen (que puede ser dentro de su mismo país de residencia habitual) o país, con el objetivo de mantener relaciones sexuales con personas menores de edad.

Las modalidades de Explotación Sexual de la infancia son:

- Producción de imágenes de abuso sexual (pornografía infantil).
- Trata de niños, niñas y adolescentes con propósitos sexuales.
- Prostitución infantil asociada al turismo (Turismo Sexual Infantil).
- Prostitución infantil y adolescente.

Según datos de Naciones Unidas, más de dos millones de niños/as y adolescentes se ven obligados a entrar, anualmente, en el mercado del sexo. Según las estimaciones de organizaciones internacionales como la OMT y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), y de organizaciones no gubernamentales como ECPAT Internacional, el número de niños, niñas y adolescentes que se convierten en víctimas del negocio de la explotación sexual en el mundo entero es de más de un millón por año⁶.

⁵ ECPAT Internacional (1999): *Declaración y Agenda para la Acción en Contra de la Explotación Comercial Sexual de Niños/as y Adolescentes*, adoptada en el del I Congreso Mundial contra la Explotación Sexual Comercial de la Infancia celebrado en Estocolmo.

⁶ Cortina, R.M^a. (2005): *La lucha mundial contra la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el turismo*, en UNICEF, Oficina Regional para América Latina y el Caribe (2005): *Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes: Contribuyendo a un Turismo sostenible en Centroamérica*, p. 4. R.M^a. Cortina de Brown era entonces la Presidenta de la Federación Internacional de Asociaciones

de Ejecutivas de Empresas Turísticas Disponible en: http://www.unicef.org/lac/Prevencion_de_la_ESC_esp.pdf



LA RESPONSABILIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO

El sector turístico dispone de una posición privilegiada para colaborar en la lucha contra la ESCNNAT a dos niveles:

- Directamente: Este nivel se refiere a aquellos agentes que difunden, organizan y reciben viajes de turismo sexual, los operadores de negocios o establecimientos donde los turistas pueden contactar o explotar a menores.
- Indirectamente. Por ejemplo turoperadores, agencias de viaje, transportistas (especialmente aerolíneas), que son utilizados para conducir a los turistas sexuales.

Desde principios de los años 90 del pasado siglo, se han adoptado varias medidas para combatir el mercado de sexo con niños. Al nivel internacional, las asociaciones de la industria turística están desarrollando políticas para sus miembros. Por ejemplo, la Federación Internacional de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA) fue la primera asociación del sector que ha aprobado el documento *“Los Niños y las Agencias de Viajes Chárter”* (1994). A continuación, con la *Declaración de la OMT sobre la Prevención y Organización del Turismo Sexual* (1995) y el Primer Congreso Mundial contra la ESCNNA de Estocolmo, otras organizaciones turísticas han generado sus propios marcos sobre políticas turísticas o códigos de conducta contra de la explotación sexual de niños. Algunas de estas iniciativas han sido asumidas a nivel nacional por distintos países e incluyen la formación de los agentes relacionados directa e indirectamente con el sector del Turismo, difusión de información y adopción de códigos de conducta.

Dentro de este marco, una de las iniciativas destaca entre las demás, ya que es considerada como la herramienta más eficaz para combatir la ESCNNAT dada su orientación al sector y la solicitud de implicación activa por su parte: el Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes de la Explotación Sexual en el

Turismo y en los Viajes, conocido como “el Código” (“The Code” en su denominación original en inglés).

Algunas iniciativas del Sector Turístico para prevenir la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en el Turismo y en los Viajes (ESCNNAT)

- Código de Conducta contra de la Explotación Sexual de Niños de la Federación Internacional de Turoperadores (IFTO).
- Resolución contra la Explotación Sexual de Niños de la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA).
- Resolución Final condenando la explotación sexual comercial de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).
- Resolución en contra del Turismo Sexual de la Federación Internacional de las Organizaciones de Viajes de Mujeres (IFWTO).
- Resolución para combatir la Explotación Sexual Comercial de niños de la Federación Internacional de Organizadores de Viajes Juveniles (FIYTO).
- La Declaración en contra del Explotación Sexual de Niños del Grupo de Asociaciones Nacionales de Turoperadores de la Unión Europea (ECTAA).
- Declaración en contra de la Explotación Sexual de Niños de la Confederación de Asociaciones Nacionales de Hoteles, Restaurantes, Cafés y Establecimientos Similares de la Unión Europea y del Área Económica Europea (HOTREC).
- La Resolución sobre la Prostitución en el Turismo y el Acuerdo Estándar del Sindicato Internacional de Alimentos, Agricultura, Hoteles, Restaurantes, Catering y Tabaco y la Asociación de Trabajadores Aliados (IUF/UITA/IUL).



EL CÓDIGO DE CONDUCTA CONTRA LA ESCNNAT

El *Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes contra la Explotación Sexual en el Turismo y los Viajes*⁷ (el Código en adelante) es una iniciativa pionera de ECPAT International que trata de involucrar al sector privado de la industria del turismo para prevenir el uso de los canales de turismo por parte de delincuentes sexuales para sus propios fines. Debido a su rápido crecimiento, The Code se ha convertido en una organización independiente con cada vez más miembros y un mayor impacto.

*En la actualidad, el Código ha sido firmado a nivel mundial por más de 1.030 empresas en 42 países*⁸.

El Código es un instrumento de autorregulación y de RSC que refuerza la protección de las personas menores de edad. Fue elaborado originalmente por ECPAT Suecia, miembro de ECPAT International, en colaboración con operadores turísticos escandinavos y la Organización Mundial del Turismo en 1998. Rápidamente se convirtió en un proyecto importante de la red ECPAT Internacional y fue promovido e implementado tanto en los países emisores de turistas como en los receptores. El Código se inscribió en Suecia en abril de 2004, tras su lanzamiento en América del Norte, como una organización internacional sin fines de lucro bajo la dirección de un Comité Ejecutivo, con un secretariado con sede en Nueva York financiado por UNICEF y con el apoyo de la OMT.

En un principio fue elaborado para agencias de viajes, pero progresivamente fue adoptado por otro tipo de empresas dentro del sector turístico dada su eficacia. Comprende un conjunto de seis pautas que las empresas deben cumplir para proporcionar protección a niños/as y adolescentes vulnerables en los destinos turísticos.

⁷ Para mayor detalle, ver: www.thecode.org

⁸ El listado de empresas que han firmado el Código de Conducta está disponible en http://www.thecode.org/index.php?page=6_3

Estos seis objetivos exigen el compromiso en todos los niveles de toma de decisiones y operacionales dentro de la empresa que lo ha firmado. Sin embargo, son susceptibles de ser adaptados en función de la tipología de la empresa firmante. La Asamblea General del Código decidió en Marzo de 2007, adaptar el Código a diferentes ámbitos turísticos. De esta manera, se han creado versiones del Código, refiriéndose siempre a estos seis objetivos originales desarrollados por los Tour Operadores.

La ESCNNAT un problema complejo que requiere intervenciones a varios niveles y la implicación de diferentes agentes: ONGs, autoridades policiales, administraciones públicas estatales, regionales y locales, operadores de transporte u otros profesionales del sector.

El compromiso necesario del Sector Turístico para prevención de la ESCNNAT

Los Derechos del Niño y los Derechos Humanos son garantías legales universales que protegen a los individuos de acciones y/u omisiones que pueden afectar a su libertad y dignidad. A los niños, por su condición de tales, se les reconocen necesidades especiales y vulnerabilidades diferenciadas de las de los adultos y, sin embargo, no siempre reciben la misma atención.

El turismo, por su condición de industria más grande del mundo, afecta a la salud y la riqueza de las comunidades donde opera e incide directamente en las vidas de las personas menores de edad.

Sin embargo, los Derechos Humanos se vinculan de forma ocasional a esta industria y generalmente ésta no se asocia con los Derechos de la Infancia, a pesar de su enorme impacto en la vida de niños, niñas y adolescentes en todo el mundo.

En este sentido, las autoridades públicas y el sector privado tienen la obligación legal y moral de asegurarse de que la protección de los niños, niñas y adolescentes se incorpore a la agenda del desarrollo turístico.

Las acciones que se lleven a cabo para combatir la ESCNNAT deben promover la concienciación y la sensibilización sobre la realidad de la problemática de manera que se garantice que tanto la población en general como los profesionales del turismo conocen el alcance de la problemática y son capaces de elaborar una respuesta ante el problema.

Del mismo modo, la capacitación y la formación de los profesionales del sector y agentes vinculados al mismo es igualmente importante puesto que, su posición privilegiada en contacto directo con los usuarios (turistas) facilita la promoción del turismo responsable, la prevención de casos de ESCNNAT, la difusión de la problemática y de mensajes disuasorios dirigidos a los explotadores y las redes organizadas.



OBJETIVOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA CONTRA LA ESCNNAT

Los proveedores de servicios turísticos que adoptan el Código se comprometen a aplicar los siguientes seis criterios:

1. Establecer una política ética corporativa contra la Explotación Sexual Comercial de niños, niñas y adolescentes.
2. Formar a su personal tanto en el país de origen como en los países de destino.
3. Introducir una cláusula en los contratos con proveedores estableciendo el rechazo común de la Explotación Sexual Comercial de niños, niñas y adolescentes.
4. Proporcionar información a los usuarios (turistas) por medio de catálogos, folletos, vídeos durante los vuelos, etiquetas en los billetes, páginas web y otros canales de comunicación habituales.
5. Proporcionar información a los agentes locales clave en cada destino.
6. Informar anualmente sobre la implementación de estos puntos.

¿Cuál es el impacto del Código en mi organización?

- Comunica claramente el rechazo de la empresa al comercio sexual infantil y señala su compromiso respecto a la prevención del turismo sexual infantil en sus actividades de negocio.

- Los viajeros / usuarios tienen la posibilidad de apoyar la acción en contra del turismo sexual infantil, eligiendo las empresas comprometidas en la lucha contra la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Favorece la imagen de la empresa, interna y externamente, al asumir una política corporativa basada en principios éticos claros.
- Facilita la comunicación con clientes, proveedores y otros grupos de interés respecto a los valores bajo los cuáles se desenvuelve.
- Impacta positivamente en el ambiente de la empresa proporcionando líneas maestras y un perfil claro tanto a los empleados como a los clientes.



MOTIVOS PARA SUSCRIBIR EL CÓDIGO DE CONDUCTA

Mediante su adhesión al Código y el pago de la cuota anual, la empresa / entidad pasa a formar parte de The Code, la organización mundial apoyada por la OMT, UNICEF y ECPAT International que es responsable de la gestión del Código a nivel mundial. Una vez formalizada su pertenencia y elaborado un Plan de Acción propio, la empresa / entidad puede implementar el Código y acceder a los beneficios derivados de su membresía.

A continuación se destacan algunos de estos beneficios, recogidos en la Carta de Servicios de FAPMI-ECPAT España y The Code:

1. Participación en actos públicos de gran relevancia institucional y mediática dirigidos a la promoción del Código y la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el turismo y los viajes⁹.

⁹ Por ejemplo, el I Congreso Internacional de Ética y Turismo celebrado en Madrid en septiembre de 2011, organizado por la OMT (Organización Mundial del Turismo) y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el marco del Código Ético Mundial para el Turismo y clausurado por Sus Altezas Reales los Príncipes de Asturias. En el marco del Congreso se procedió a la firma de adhesión de numerosas empresas turísticas españolas. Más información en:

2. A través de la adhesión al Código, las entidades / empresas entran a formar parte de una entidad de ámbito internacional con representación en España que dispone de una amplia red de contactos a ambos niveles dentro del sector turístico.
3. A través de los distintos espacios organizados por FAPMI-ECPAT España y foros en los que la entidad participa, las empresas y organizaciones signatarias del Código pueden trasladar sus consideraciones a otros colectivos, administraciones, instituciones y organismos.
4. Permite el uso del logotipo de The Code en los documentos internos, externos y de promoción de la Empresa¹⁰.
5. Los miembros se incorporan de forma pública a la lista internacional de las Empresas signatarias, potenciando su estrategia de RSC y se publicitan como Empresas que promueven el Turismo Responsable en la web de The Code.
6. Recepción del Boletín trimestral internacional de The Code y otras comunicaciones, como el Acta de la Reunión Anual General de The Code.
7. Asistencia y apoyo en los contactos con socios de ECPAT International, los Representantes Locales del Código (en este caso FAPMI-ECPAT España) y la Secretaría Internacional.
8. Acceso a los recursos de apoyo para la implementación y desarrollo del Código a nivel estatal e internacional.

http://www.casareal.es/noticias/news/20110916_clausura_congreso_etica_turismo-ides-idweb.html

¹⁰ Previo visto bueno de FAPMI-ECPAT España en calidad de representante de The Code.

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.
C/. Delicias, 8, entlo. 28045, Madrid.
Tel.:(+34) 91 468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.
www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es

Código:
Fecha de edición:
Versión:
Fecha de actualización:

CC_ESCANNAT_RSC
30/12/2011
3
12/07/12



9. Acceso a los materiales de formación específicos para entidades y empresas del Sector Turístico, acciones formativas a medida y participación en foros de intercambio entre profesionales del sector.
10. Acceso a materiales adaptables y buenas prácticas de otras entidades signatarias del Código.
11. Acceso a las secciones restringidas de la web de The Code: recursos, base de datos, informes de investigación, foros de discusión interna, etc. (en la actualidad en fase de desarrollo).
12. Derecho a voto en la Asamblea General Anual de The Code y la posibilidad de nominar y ser nominados como miembros de la Junta Directiva de la Organización a nivel internacional¹¹.
13. Posibilidad de participar en estudios, investigaciones y acciones de sensibilización relacionadas con la prevención de la Explotación Sexual de la Infancia y la Adolescencia.

¹¹ Por ejemplo, en el marco de la Feria de Turismo de Berlín de 2008, Meliá Hotels fue elegida como miembro del Comité Estratégico Internacional de The Code. Más información en: http://prensa.solmelia.com/view_object.html?obj=84,c.3712



ANEXOS



¿QUÉ ES ECPAT?

ECPAT es el acrónimo de *End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes* (Acabar con la Prostitución Infantil, la Pornografía Infantil y el Tráfico de Niños con fines Sexuales). ECPAT International es la mayor red mundial dedicada a combatir la explotación sexual infantil en todo el mundo y con presencia en numerosos países y con sede central en Bangkok (Tailandia).

ECPAT International es una red mundial de organizaciones y personas que trabajan juntas para poner fin a la prostitución, la pornografía y la trata de niños y adolescentes con fines sexuales. Se dedica a alentar a la comunidad internacional a que asegure que los niños de todas partes del mundo gocen de sus derechos fundamentales, libres de toda forma de explotación. ECPAT tiene estatus consultivo en el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC).

ECPAT es una red de organizaciones e individuos que trabajan juntos para eliminar la explotación comercial sexual de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA). En la actualidad ECPAT cuenta con afiliados y grupos nacionales en más de 70 países que llevan a cabo varios programas en contra de la ESCNNA, tales como: enfocar los esfuerzos para promover la conciencia acerca de los distintos tipos de ESCNNA; abocarse al diseño de políticas con autoridades nacionales e internacionales; proporcionar servicios de atención y protección para las víctimas de la explotación sexual; y, llevar a cabo programas para concienciar y sensibilizar a niños y comunidades vulnerables. Funcionando como una red



unida, ECPAT International busca alentar a la comunidad mundial para garantizar que los niños del mundo entero puedan disfrutar de sus derechos fundamentales libres de todo tipo de explotación comercial sexual.

El tema del turismo sexual con niños ha sido un enfoque principal de la red ECPAT desde su creación en 1990. La red ECPAT surgió como una campaña en contra del turismo sexual con niños, tras la difusión de los resultados de investigaciones sobre el tema de la prostitución infantil y el turismo asiático en Tailandia, Sri Lanka y las Filipinas.

En una reunión en Chiang Mai, en el norte de Tailandia, individuos y organismos preocupados por el asunto, conocieron la situación desoladora descrita en los informes de las investigaciones y lanzaron una campaña llamada *“Eliminemos la prostitución infantil en el turismo asiático”* (*“End Child Prostitution in Asian Tourism”*, de allí la sigla ECPAT).

En 1996, ECPAT se había extendido a otros países en Asia, Europa y el continente americano. La sigla se mantuvo, pero el nombre completo se convirtió en *“Eliminemos la prostitución, la pornografía y la trata con propósitos sexuales de niños/as y adolescentes”*.

Como campaña, ECPAT creció movilizándolo a la opinión pública exitosamente, en tanto que los gobiernos del mundo comenzaron a interesarse en el asunto y las ONGs hicieron suya la demanda. El impulso del movimiento creció hasta que se decidió convocar el Primer Congreso Mundial en Contra de la Explotación Comercial Sexual de los Niños, Niñas y Adolescentes en Estocolmo, Suecia, con la colaboración del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Grupo de ONGs de la Convención sobre los Derechos del Niño. Durante este evento histórico surgió el compromiso por parte de 122 gobiernos de crear “una asociación global en contra de la explotación comercial sexual de los niños” y de diseñar un plan de acción nacional para atacar el tema en sus propios países. Posteriormente, a esas iniciativas se les denominó *La Declaración y Agenda de Acción de Estocolmo*. De manera decisiva, también se decidió transformar a ECPAT para que dejara de ser una campaña, y se convirtiera en una organización no gubernamental cuya Secretaría Internacional tendría su sede en Bangkok, Tailandia.



Cinco años después, se llevó a cabo el Segundo Congreso Mundial en Yokohama, Japón. El número de gobiernos representados (134) fue mayor al de los que participaron en el primer congreso mundial (122), y la cifra de participantes (más de 3.000) fue de casi el doble de los que acudieron a la reunión de Estocolmo.

Con un énfasis considerable en la representación juvenil y en la participación en esfuerzos en contra de la explotación comercial sexual, el Segundo Congreso Mundial logró movilizar a socios de distintos sectores y crear asociaciones entre numerosos participantes con intereses directamente vinculados al tema: gobiernos, ONGs, organismos de seguridad y de justicia, el sector del turismo, agencias internacionales de desarrollo y representantes de la sociedad civil en general.

Actualmente, el Secretariado de ECPAT y la Red de ECPAT siguen actuando de manera continua en contra de todos los tipos de ESCNNA. En tanto que gran parte de los integrantes de la red trabajan en áreas de prevención de la explotación sexual de niños y adolescentes en el turismo mediante campañas, investigación, sistemas de información de abusos, y colaboración con la industria del turismo. Muchos grupos de ECPAT también trabajan otros tipos de ESCNNA, como son la trata de niños y adolescentes con propósitos sexuales, la pornografía, y la prostitución local de niños y adolescentes. Los socios de la red trabajan junto con las entidades y organizaciones apropiadas en todo el mundo para garantizar que exista una protección continua y efectiva de la infancia y adolescencia de todo tipo de explotación comercial sexual¹².

Más información en: www.ecpat.net

¹² Adaptado de ECPAT International (2008): *Combatiendo el turismo sexual con niños y adolescentes. Preguntas frecuentes*. Disponible en su versión en castellano: http://www.ecpat.net/ei/Publications/CST/CST_FAQ_SPA.pdf



¿QUÉ ES THE CODE?

The Code es una iniciativa de Turismo Responsable cofundada por el Gobierno de Suiza y empresas privadas del sector turístico, con el apoyo de ECPAT Internacional, UNICEF y la Organización Mundial del Turismo. Es la entidad responsable de la gestión del Código de Conducta a nivel global.

La Secretaría Internacional es el órgano encargado de la gestión del Código. Forma parte de la estructura de The Code y ofrece apoyo técnico y de gestión, así como de soporte a la Junta Ejecutiva de The Code, máximo órgano de la entidad y responsable de la aprobación de los Planes de Acción de las empresas / entidades signatarias.

La Junta Ejecutiva (2010-2013) está compuesta por representantes del sector privado, organismos, entidades y ONGs especializadas:

Industria (5 miembros)	Sector hotelero	Accor Hotels (Francia y global)	
	Turoperadoras	Kuoni Holding (Suiza y global)	
	Agencias de Viajes	DRV (Alemania)	
	Otras organizaciones turísticas	SKÅL International (Asociación global)	
	Asiento libre para otra industria	Sun'n'Sand Beach Resort (Kenia)	
No-industria (4 miembros)	Puestos permanentes	ECPAT Internacional	
		ECPAT Austria	

Asiento miembro individual		Lotta Sand (invitado a partir de la Asamblea General Anual de 2010)	
Socios consultores (2 miembros)		UNICEF	
		UNWTO/ OMT	

Más información en:

www.thecode.org

http://www.thecode.org/dokument/documents/code_summary_es_2008.pdf

http://www.thecode.org/index.php?page=2_3



¿QUÉ ES FAPMI?

La Federación de Asociaciones para la Prevención del Maltrato Infantil (FAPMI) es una entidad sin ánimo de lucro, en la que se integran profesionales y asociaciones sensibilizadas con la defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes y que aúnan sus esfuerzos para promocionar el buen trato a los mismos.

Se funda en Madrid En 1990 como una Federación Estatal de Asociaciones relacionadas con la defensa de la infancia. Las asociaciones promotoras fueron las representadas de Catalunya, Madrid y País Vasco. En la actualidad está compuesta además por las Comunidades de Andalucía, Murcia, Navarra, Asturias, Castilla León y Cantabria.

El objetivo principal de la FAPMI es la consecución, junto a todos los agentes sociales, entidades, organizaciones y organismos vinculados directa e indirectamente con la infancia, la erradicación de todas las formas de maltrato contra los niños, niñas y adolescentes, logrando la instauración de estilos de relación positivos y basados en el buen trato y el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.



A finales de 2011 la Federación de Asociaciones para la Prevención del Maltrato Infantil (FAPMI) inició un camino que tuvo como resultado su incorporación a la *International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect (ISPCAN)*, el reconocimiento de **The Code** como Representante Local en España del Código de Conducta para la Defensa de los Niños, Niñas y Adolescentes de la Explotación Sexual en el Turismo y en los Viajes y su adhesión a la **Red ECPAT International** (*End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes*) como Grupo Nacional.

Por otra parte, FAPMI es miembro del Pleno del **Observatorio de la Infancia** y de sus Grupos de Trabajo (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad), de la **Comisión de Ayuda a Víctimas de Delitos Violentos y contra la Libertad Sexual** (Ministerio de Justicia) y miembro de la Junta Directiva de la **Plataforma de Organizaciones de Infancia** de España, así como entidad coordinadora en España desde 2011 de la Campaña del **Consejo de Europa** para la Prevención de la Violencia Sexual contra la infancia "Uno de Cada Cinco".

Más información:

www.fapmi.es

www.ecpat-spain.org

www.congresofapmi.es

www.bienestaryproteccioninfantil.es



¿A QUÉ SE DESTINA LA CUOTA ANUAL?

La cuota ha de ser ingresada por la empresa / entidad directamente a la Secretaría Internacional de The Code. Su importe se destina a cubrir parte de los gastos derivados de la gestión de Código de Conducta a nivel internacional y local (en este caso, en España).

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.

C/. Delicias, 8, entlo. 28045, Madrid.

Tel.:(+34) 91.468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.

www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es

Código:

Fecha de edición:

Versión:

Fecha de actualización:

CC_ESCANNAT_RSC

30/12/2011

3

12/07/12



El 80% de la cuota es gestionada directamente por The Code y se emplea en el mantenimiento y funcionamiento de la Secretaría Internacional. El 20% restante es ingresado por The Code al Representante Local del Código en cada país (en España, FAPMI).

En ambos casos, el importe de la cuota se destina, tanto a nivel internacional como a nivel estatal, a los siguientes objetivos:

1. Promoción y difusión del Código de Conducta.
2. Contribución a la realización de actividades de capacitación y formación.
3. Fomento del conocimiento sobre Turismo Responsable y la protección infantil en el sector.
4. Desarrollo de estudios de investigación sobre la eficacia de la implementación del Código de Conducta.

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.

C/. Delicias, 8, entlo. 28045, Madrid.
Tel.:(+34) 91.468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.
www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es

Código:

Fecha de edición:

Versión:

Fecha de actualización:

CC_ESCANNAT_RSC

30/12/2011

3

12/07/12

UNIDOS CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA



Con el apoyo y colaboración de



Con la financiación de

FAPMI-ECPAT España es miembro de



www.ecpat-spain.org