

*Fair play*  *Fair play*  
**Responsabilidad Social Corporativa**

*también en el turismo*

## Empresas turísticas y su responsabilidad global





# Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

## Empresas turísticas y su responsabilidad global

¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social de la industria turística?	3
RSC y turismo	5
¿Ganancias, la prioridad máxima?	5
¿Qué significa responsabilidad social?	6
Turismo – la cara oculta de la moneda	7
Responsabilidad de las empresas turísticas	8
Principios básicos y normativa de la RSC	10
Derechos Humanos y normas básicas de trabajo	10
Otras normas internacionales	10
Códigos de Conducta (autocompromisos voluntarios)	11
Iniciativas de la sociedad civil	13
Instrumentos de gestión de la RSC	15
Gestión sostenible: calidad y responsabilidad con sistema	15
Régimen de informes de la RSC – haced el bien y proclamadlo a viva voz	16
Certificación de la RSC – auditoría externa independiente	17
Existen alternativas – impulsos para el futuro	19
La asociación alternativa de touroperadores : el "forum anders reisen" (foros viajes alternativos)	19
Comercio justo en el sector del turismo en Sudáfrica	19
Turismo sostenible en Venezuela	20
El Parlamento Europeo exige medidas legislativas referentes a la responsabilidad social de las empresas	21
Cinco recomendaciones a las empresas del sector del turismo	23

**KATE** – Centro de Ecología & Desarrollo – trabaja en proyectos medioambientales y de desarrollo con organizaciones socias en Europa y Latinoamérica; asimismo, presta asesoría a organizaciones eclesiásticas, municipios y organizaciones en pro del desarrollo. En el campo de actividades de turismo y desarrollo, KATE trabaja en el sector de formación y sensibilización y se compromete con un desarrollo sostenible del turismo. En este contexto, se han realizado programas de intercambio con actores de Europa y Latinoamérica, campañas y publicaciones de material didáctico. Asimismo, KATE trabaja en sistemas de gestión del medio ambiente y de la sostenibilidad en el sector social.



**TOURISM WATCH** es una agencia del Servicio de las Iglesias Evangélicas para el Desarrollo (EED). TOURISM WATCH desarrolla actividades en el sector de la formación y la solidaridad con temas relativos al turismo en el Tercer Mundo y colabora con contrapartes ecuménicas para alcanzar un desarrollo del turismo sostenible y acorde con los principios sociales y medioambientales. Una contraparte muy importante es la Coalición Ecuménica por el Turismo (ECOT), organización que tiene su sede en Tailandia.

TOURISM WATCH fomenta el turismo alternativo y se compromete con el respeto de los Derechos Humanos y los estándares sociales. Un ejemplo muy exitoso de este trabajo es la campaña internacional contra la prostitución infantil en el sector turístico y la cooperación con la organización ECPAT. Asimismo, publica el boletín "Servicio Informativo".



**ACSUD-Las Segovias** – Asociación para la Cooperación con el Sur – es una organización ciudadana, pluralista y laica, comprometida con una acción de transformación política y social para construir un modelo de desarrollo equitativo, sostenible y democrático a escala global, para mujeres y hombres. Trabaja principalmente en la región latinoamericana y en apoyo a los procesos organizativos de comunidades rurales y pueblos indígenas.

En el ámbito del Turismo Responsable, ACSUD apoya propuestas de viajes solidarios y la reflexión en torno al fenómeno turístico; colabora con asociaciones de migrantes y apoya organizaciones sociales que trabajan en pro de un turismo justo. En el campo de la sensibilización de la población española ha creado y gestiona un portal web referente en este ámbito ([www.turismoresponsable.net](http://www.turismoresponsable.net)).



# RSC – Empresas turísticas y su responsabilidad global

## ¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social de la industria turística?

En el ámbito global, el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y con mayores tasas de crecimiento. En este sector están empleados más de 200 millones de asalariados, el mayor número de empleados en un sector económico, y se considera como uno de los marcapasos de la globalización. Cada vez más operadores de viajes y regiones turísticas tratan de penetrar el mercado mundial con ofertas similares. La competencia despiadada proveniente de esta situación genera un descenso en los precios y una concentración de las empresas oferentes del sector.

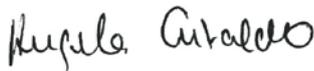
En las regiones turísticas, el turismo es, por una parte, un elemento prometedor para la mejora de la situación laboral y para el desarrollo económico; no obstante, al mismo tiempo, es causante de muchos problemas sociales, culturales y ecológicos. Una alta carga laboral, dependencia de las temporadas y falta de protección social, son algunas de las características típicas de las relaciones laborales en este sector. ¿Cuán en serio toman las empresas turísticas su responsabilidad social? Esta fue la pregunta inicial de un proyecto y de un proceso de diálogo acerca de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector turístico, desarrollado conjuntamente por la organización de Ecología & Desarrollo, KATE, por Tourism Watch del Servicio de las Iglesias Evangélicas para el Desarrollo (EED) y la organización por el desarrollo ACSUD Las Segovias, con apoyo de la Comisión Europea.

Este proyecto consistió en un estudio y una encuesta a las empresas acerca de la RSC en el sector del turismo, en una serie de conferencias y mesas de diálogo, en la presencia en ferias, eventos de diálogo y en un trabajo paralelo de concientización de la opinión pública.

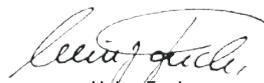
El resultado obtenido dejó entrever que existe una considerable necesidad de mejora y desarrollo en este campo: los códigos de conducta, los estándares sociales y las pautas de la RSC desarrollados en los últimos años, prácticamente no se tienen en cuenta en el trabajo cotidiano del sector del turismo. Si bien, por ejemplo, en el marco de un grupo de trabajo internacional compuesto por diversas empresas de turismo, en cooperación con una iniciativa de Touroperadores (TOI) y la Global Reporting Initiative (GRI) se concertó un sistema de elaboración de informes acerca de la sostenibilidad en el sector del turismo, éste no se aplica en la vida real del trabajo de las empresas del turismo, ni tampoco en la de las empresas directamente involucradas en el grupo de trabajo. De las 67 empresas encuestadas, casi una tercera parte respondió la encuesta y expresó su interés por las cuestiones de la RSC; alrededor del 15% tiene un sistema certificado de gestión de calidad y/o medioambiental y somete el proceso de implementación de sus pautas y normas autoimpuestas al análisis de peritos externos e independientes.

Los viajeros a las regiones turísticas tienen una sensibilidad cada vez mayor respecto a los estándares ecológicos y sociales en el sector del turismo, razón por la cual son más exigentes ante las empresas. Desde la perspectiva de la gestión, los instrumentos de operacionalización de la responsabilidad social empresarial son aún muy deficientes; asimismo, los sindicatos y las ONG no tienen herramientas sistematizadas para el control.

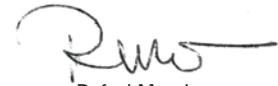
En el presente folleto, quisiéramos presentar una primera idea acerca del complejo tema de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector del turismo, el cual tiene una gran relevancia para el futuro. Asimismo, veremos reflejada la opinión de algunas empresas, sindicatos y ONG participantes en el diálogo. Consideramos que este folleto es una contribución a una gestión empresarial con mayor responsabilidad social y ecológica en la industria del turismo.



Angela Giraldo  
KATE - Centro de Ecología & Desarrollo



Heinz Fuchs  
(EED) - Tourism Watch



Rafael Mauri  
ACSUD-Las Segovias  
Asociación para la Cooperación con el Sur



# RSC y Turismo

*“Por medio del establecimiento de una red mundial y del despliegue de la comunicación electrónica, las informaciones sobre condiciones inhumanas de trabajo surgen a la luz de la opinión pública mucho más rápido que en el pasado. En el duro contexto de la competencia internacional, el daño de la reputación de una empresa puede generar, muy rápidamente, un daño económico importante”*

*(Heinz Fuchs, EED)*



## ¿Ganancias, la prioridad máxima?

¿Llega a su final aquella época en la que a las empresas solo les importaba el beneficio económico? Para seguir siendo exitosas en el futuro, aquellas empresas con actividades transnacionales se ven obligadas a asumir responsabilidad social. Ya que aquel que posea mucho poder, especialmente poder económico, tiene asimismo, una gran responsabilidad social corporativa (RSC). En este contexto, no es suficiente limitarse al uso de tecnologías modernas que no perjudiquen el medio ambiente. El espectro de la responsabilidad social es mucho más complejo: va desde la gestión económica de la empresa, hasta la protección y no contaminación del suelo, de las aguas y del aire, pasando por un trato cuidadoso de los recursos naturales y por aspectos sociales como la prohibición del trabajo infantil y/o forzoso, una remuneración justa y la protección social de sus trabajadores.

No obstante, la realidad del mundo empresarial genera entre los consumidores una creciente desconfianza frente al comportamiento de las empresas. ¿Por qué las empresas despiden trabajadores, independientemente del nivel de beneficios que se generan? ¿Exigen las empresas el respeto de los Derechos Humanos, también en empresas proveedoras localizadas, en su mayoría, en países en vías de desarrollo? ¿Por qué, por una parte, los países industrializados prestan ayuda para el desarrollo de los países en vías de desarrollo, mientras que, al mismo tiempo, no se ofrecen precios justos por materias primas, productos y servicios en esos países?

**El 70% de los consumidores europeos afirma que las prácticas de RSC son un criterio de selección muy importante al momento de comprar un producto o un servicio. Un 44% estaría "muy dispuesto" a pagar más por un producto que haya sido elaborado de acuerdo con los estándares sociales y medioambientales.**

(Estudio del Mori Research International Center for CSR Europe, 2004).

# IN DER WILDNIS SIND NOCH PLÄTZE FREI

## DIE LANDROVER EXPERIENCE REISEN



*„Si RSC tiene como objetivo hacer valer la responsabilidad social frente a los/as productores/as y consumidores/as, en el sector del turismo esto se refiere, por una parte, a los/as clientes/as turistas y, por otra, a los/as trabajadores/as y empleados/as en toda la cadena de producción; asimismo, obviamente, a toda la población local de la región destino y, en especial, a los colectivos de la sociedad más frágiles y desamparados en esa región“.*

*Christine Plüss, akte*



### ¿Qué significa responsabilidad social?

El Libro Verde de la UE (condiciones marco en Europa para la responsabilidad social de las empresas – Libro Verde 2001 de la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales) define la RSC en términos de un “concepto que sirve a la empresa como base para integrar voluntariamente los aspectos sociales y medioambientales en sus actividades empresariales y en sus relaciones mutuas con las partes involucradas”.

En la práctica, hemos podido constatar que existe una serie de actividades voluntarias que se desarrolla bajo el título de RSC. Van desde las actividades de protección del medio ambiente, el patrocinio de actividades culturales o deportivas, las actividades de beneficencia con jóvenes y los proyectos de apoyo para niños que viven en las calles, hasta programas de ayuda para el desarrollo. Este tipo de actividades, si bien puede considerarse como un compromiso social muy loable, no constituye una orientación estratégica empresarial proactiva que fomente la responsabilidad social de toda la empresa.

Consideramos que la RSC puede definirse como el arraigo de objetivos económicos, sociales y ecológicos en la estrategia empresarial, con el fin de fomentar la transparencia de la comunicación y un equilibrio al momento de tomar en consideración los intereses de las diferentes partes involucradas (stakeholders) (colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, vecinos y otros grupos de intereses).

Según esta definición, la RSC implica no solamente buenas acciones aisladas, sino una actitud y una orientación estratégica arraigadas en toda la empresa. Es decir, que la RSC implica una nueva cultura empresarial. Una cultura según la cual, las empresas no solamente son responsables de generar beneficios, sino también de la manera como se alcanzan dichos beneficios.



# Ecuador

*Das wahre Leben*

## Turismo – la cara oculta de la moneda

En algunos países, el turismo es la principal fuente de ingresos y significa para muchas personas la única forma de ganarse el pan para vivir. No obstante, si bien esos ingresos y los puestos de trabajo son de una gran importancia para las personas, especialmente en el sector informal, éstos presentan serias dificultades y consecuencias negativas. Ya que el turismo depende claramente de los factores climáticos y la situación política de un lugar, esto afecta decisivamente la elección del destino de un viaje turístico. Cambios climáticos, crisis políticas o advertencias expedidas por riesgo de un ataque terrorista, pueden implicar un gran peligro para el sustento de muchas personas.

En ocasiones, se desplaza a la población local para permitir la construcción de un hotel o de un lugar de diversión para turistas, independientemente de si las actividades económicas de esta población se concentran en la pesca o en la ganadería, las cuales dependen claramente del lugar y del terreno en los que habitan. También cabe preguntarse si regiones tórridas, como por ejemplo Túnez, podrán resistir el inmenso gasto de agua producido por la presencia de hoteles, mientras que actividades como la agricultura no pueden desarrollarse satisfactoriamente por la escasez de los recursos hidrológicos.

Con frecuencia, un puesto de trabajo en el sector del turismo implica jornadas laborales irregulares o demasiado extensas, mala remuneración y falta de puntualidad en el pago, trabajo cuando el jefe así lo demanda, sistemas de turnos inadecuados, trabajo por temporadas, trabajo itinerante (en ocasiones, con separación de la familia), falta de derechos sindicales y alta carga física para el trabajador. Las condiciones laborales son, con frecuencia, especialmente negativas en el caso de los proveedores (productores y procesadores de productos alimenticios y las lavanderías). En el sector del turismo, la discriminación, el acoso sexual y la prostitución de mujeres y niños son algo cotidiano.

Una y otra vez, los responsables del sector turismo recalcan las grandes oportunidades que éste brinda a las personas, especialmente a las mujeres. No obstante, este sector no es una excepción en el mundo laboral: en promedio, las mujeres devengan un salario del 20% al 30% menor que el de los hombres en posiciones similares.

Muchas veces, los niños de las regiones turísticas tienen que ganar dinero para vivir y contribuir al mantenimiento de sus familias: según estimaciones de la OIT, entre 13 y 19 millones de menores de 18 años trabajan en el sector del turismo. Si bien no todos los menores trabajan bajo condiciones de explotación, muchos relegan a un segundo plano su educación escolar o se ven obligados a interrumpirla. Muchas veces deben realizar trabajos duros y peligrosos a cambio de un salario bajo o casi nulo y muy pocas veces tienen la oportunidad de acceder a una formación vocacional.

Una de las más infames formas de explotación de niños y jóvenes es la explotación sexual. De acuerdo con estimaciones de la UNICEF, año tras año, un millón de niños y jóvenes se convierten en víctimas de este tipo de explotación. Las actividades criminales con niños están en auge en muchos países. Círculos de criminales ganan impresionantes sumas de dinero con la prostitución y la pornografía infantiles y con el comercio de niños. La infraestructura turística es aprovechada por los delincuentes que utilizan a los niños, y las ofertas de viajes y vacaciones a muy bajo precio resultan muy atractivas para este tipo de criminales.

**Cuando alguien hace un viaje, lo hace para encontrar el descanso necesario, para alejarse de la cotidianidad, para cambiar, porque anhela una tierra lejana... Independientemente de hacia dónde viaje, ya sea a un lugar lejano o cercano al sitio donde vive, debería hacerlo siempre siendo consciente de que el lugar de su sosiego es el espacio de vida de otras personas.**

# Fair play también en el turismo

*“El turismo se ha convertido en uno de los sectores industriales más fuertes, que registra los mayores niveles de crecimiento. Para muchos países del Tercer Mundo, éste ha adquirido una importancia significativa; para otros, representa una gran oportunidad. El turismo crea puestos de trabajo y trae las divisas necesarias al país destino. Como cualquier otra actividad económica, ocasiona cambios en el medio ambiente y en la población. Por tal razón, todos los actores del sector del turismo, no solamente los touroperadores, deben comportarse responsablemente e implementar las normas de RSC.”*

*Andreas Müseler,  
responsable de cuestiones  
medioambientales de LTU turismo*



## Responsabilidad de las empresas turísticas

La mentalidad de las empresas del sector turístico y de los mismos turistas, de ofrecer y obtener todo al más bajo precio, y el alto nivel de competencia de costes que reina en el sector, ejercen una gran presión sobre los salarios de los empleados y sobre los oferentes de servicios en el país destino, lo que, a su vez, empeora las condiciones sociales y laborales. La presión del mercado no puede conducir a la idea general de que el cumplimiento de la responsabilidad social de una empresa implica una desventaja competitiva para la empresa.

La industria del turismo depende de la coordinación de una serie de factores. Los turistas requieren alojamiento, medios de transporte, alimentación y entretenimiento. Esto implica una correlación del sector del turismo con muchos otros sectores, hecho que podría generar una clara mejora de la situación económica y social en los países destino, no solamente en el sector mismo del turismo, sino también en los sectores agrícola, pesquero, artesanal, agropecuario, en las lavanderías, en la industria textil y en muchos otros renglones. La condición para esto, es que el dinero de los turistas beneficie efectivamente a los habitantes de las regiones y que se paguen precios justos que realmente cubran los costes de producción y garanticen la existencia de las personas.

Para dar paso a tal tipo de desarrollo es necesario iniciar un proceso de cambio de actitud, tanto en las empresas turísticas como entre los viajeros y la población local.

La demanda por viajes, de acuerdo con los principios de responsabilidad social, crece y ofrece un potencial nada desdeñable: estudios realizados por el Studienkreis für Tourismus und Entwicklung en Alemania, han mostrado que, al menos, un 40% de la población tiene interés por viajes de carácter alternativo. Es decir, que queda mucho potencial por aprovechar. Es importante informar y sensibilizar a los clientes respecto a la RSC; al mismo tiempo, la industria turística debe tener el valor de ofrecer transparencia y claridad en cuanto al trasfondo social de sus ofertas. De esta manera, los clientes pueden tomar decisiones responsables sobre sus viajes y, así, fomentar el crecimiento del mercado del turismo “justo”. Los aspectos centrales son: condiciones de trabajo justas y dignas, formación profesional, derechos de codeterminación, protección y apoyo de los niños y las mujeres y una remuneración suficiente para vivir.

# CAFE INTERNET-RES

YANANTIN MASINTIN





# Principios básicos y normativa de la RSC

*"En muchos países existe una gran brecha entre los requerimientos impuestos por las normas fundamentales, de vigencia internacional, y la realidad. . . Para garantizar el cumplimiento de estándares sociales en países cuyas autoridades de control sean débiles, es importante que se realice un control periódico externo del cumplimiento de tales estándares sociales por parte de una institución independiente de la empresa en cuestión, que coopere con actores locales como sindicatos y organizaciones no gubernamentales".*  
Uwe Wötzel, ver.di



Existe una serie de normas, líneas rectoras y códigos de conducta que definen los estándares sociales y ecológicos para empresas, que podrían ser utilizados como base para la implementación concreta de la RSC.

## Derechos Humanos y normas básicas de trabajo

Los Derechos Humanos son universales. En todo el mundo, es necesario mejorar las condiciones marco para su pleno cumplimiento. Dos condiciones básicas para todos los compromisos adquiridos voluntariamente y para las iniciativas de la RSC, son el respeto de los Derechos Humanos y el cumplimiento de las normas laborales fundamentales de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

En el ámbito estatal, la garantía de la protección social y el trabajo digno deben basarse en estas normas fundamentales. Los cuatro principios básicos son:

1. Libertad de empleo – prohibición del trabajo forzoso.
2. Eliminación de cualquier discriminación en el trabajo por motivo de la raza, color de piel, género, religión, convicciones políticas u otros factores similares.
3. Prohibición del trabajo infantil explotador.
4. Derecho de libre asociación y de realización de negociaciones colectivas (derecho a sindicatos).

## Otras normas internacionales

Las normas internacionales más conocidas son las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, que se refieren a la publicación de informaciones relativas a los siguientes compendios temáticos: relaciones laborales y entre los interlocutores sociales, Derechos Humanos, cuestiones medioambientales, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia y cargas fiscales. Asimismo, se disponen mecanismos de monitoreo y sanción.

Otros principios básicos para la RSC se pueden deducir de Global Compact y de la discusión respecto a las Normas de la ONU sobre la responsabilidad de las empresas transnacionales en la esfera de los Derechos Humanos.

Si desea obtener mayor información al respecto, favor consulte la siguiente página:  
[www.turismovision.kate-stuttgart.org](http://www.turismovision.kate-stuttgart.org)

Las actividades turísticas respetarán la igualdad entre hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los Derechos Humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente, los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos... La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual y, en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo... (Código Ético Mundial, 1999)

LA VAYA LOS COCOS  
RRO DE PTO. SANTO

## Códigos de Conducta (auto compromisos voluntarios)

### Código Ético Mundial

En 1999, la Organización Mundial del Turismo (WTO-OMT) adoptó el Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT). Este código es un compendio de directivas cuyo objetivo es ofrecer el marco que se requiere para desarrollar un turismo más responsable y sostenible. El Código Ético se basa en un amplio enfoque referente a aspectos sociales, culturales, económicos y ecológicos. Si bien su ejecución no se puede forzar por la vía legal, el Código recalca y exige la responsabilidad de todos los actores que participan en las actividades del turismo y se ocupan del desarrollo del mismo. A pesar de que este documento no tiene carácter legal vinculante, prevé un monitoreo de las empresas por medio de terceras partes como, por ejemplo, ONG e instituciones de certificación. En 2003 se estableció el Comité Ético Mundial ante la Asamblea General de la WTO/OMT. Su mandato es fomentar la aceptación y el proceso de implementación del Código Ético en el desarrollo del turismo ante los diversos colectivos involucrados. Dicho Comité ha adoptado un procedimiento de consulta y resolución de conflictos referentes a la aplicación del Código.

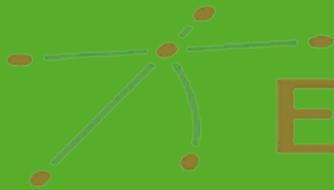
*"Básicamente, el cumplimiento y respeto de los Derechos Humanos básicos, las leyes y normativas nacionales, lo que incluye la remuneración de acuerdo con los salarios mínimos establecidos por la ley, no tienen relación alguna con los estándares sociales voluntarios y RSC – los códigos de conducta deben ofrecer siempre un valor social adicional considerable."*

*Heinz Fuchs, Tourism Watch, EED)*

### ECPAT Code of Conduct

El **Código de conducta ECPAT** (End Child Prostitution, Pornography and Trafficking for Sexual Purposes) trabaja combatiendo la explotación sexual de niños y niñas. Alemania es uno de los más de 50 países pertenecientes a la Red de la Organización por los Derechos del Niño ECPAT, cuya sede se encuentra localizada en Bangkok (Tailandia). En Alemania existen 29 instituciones y grupos que pertenecen a la asociación ECPAT Deutschland e.V. Esta institución combate la pornografía, la prostitución infantil y el comercio con niños y niñas. Desde 1998, se encuentra en proceso de implementación un código de conducta para el sector del turismo en diferentes países europeos (Código de Conducta para la Protección de los Niños y las Niñas frente a la explotación sexual en el sector de los viajes y el turismo). Este Código de Conducta fue firmado en 2001 por la Asociación Alemana de Agencias de Viaje y Touroperadores (DRV) y por la Asociación Federal Alemana de la Industria del Turismo (BTW) en 2005. Muchas empresas de viajes y del sector turístico en Alemania y en los países destino implementan este compromiso voluntario por medio de medidas concretas, a pesar de que se puede y se debe hacer mucho más de lo que se ha hecho hasta el momento. Estas medidas han sido el resultado de una encuesta acerca de la explotación sexual en el sector del turismo, realizada por EED Tourism Watch y FUR en el verano de 2005, dentro del marco de un estudio sobre el comportamiento de la industria de los viajes.





# Ethos

Red para la promoción de  
la **responsabilidad social**  
en empresas de hostelería

*fair play*

## Los principales elementos de este Código de Conducta son:

- la adopción de una filosofía empresarial que se oponga explícitamente a cualquier tipo de explotación comercial y abuso sexual de niños y niñas,
- la sensibilización y la formación de los colaboradores, tanto en el país origen como en el país destino, para estar en capacidad de reaccionar de la manera adecuada en caso de que sea necesario,
- la inclusión de cláusulas en los contratos con los prestadores de servicios, que hagan especial énfasis en el claro rechazo de cualquier tipo de explotación sexual y comercial de niños y niñas,
- la utilización de medios adecuados para concientizar a los clientes del sector turístico acerca de las implicaciones de la explotación sexual y comercial de niños y niñas,
- la estrecha cooperación con los países destino de viajes y la elaboración periódica de un informe acerca de las medidas adoptadas.

En España, por ejemplo, la organización sindical FECOHT (Federación Estatal de Comercio, Hostelería y Turismo de Comisiones Obreras) se compromete en gran medida con los intereses sociales de los asalariados del sector del turismo. FECOHT lucha, especialmente, por el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo de las personas que laboran en el sector turístico. En muchos casos, estas personas no reciben un salario adecuado, deben trabajar horas extra no remuneradas, tienen jornadas laborales excesivas o son separadas de sus familias por causa de su trabajo itinerante. Las relaciones laborales son, por lo general, precarias en razón de la inseguridad y de los grandes riesgos, sobre todo para la salud, a los que se exponen las personas que allí trabajan.

(Extracto del Código Ético para la Responsabilidad Social, Sección Hostelería de Europa, ETHOS, 2005)

En diciembre de 2004, la EFFAT (Federación Europea de Sindicatos de la Alimentación, Agricultura y Turismo) y la asociación HOTREC (Hoteles, Restaurantes y Cafés de Europa) emprendieron una iniciativa conjunta en pro de la mejora de la RSC en el sector de la hostelería. EFFAT y HOTREC, interlocutores sociales del sector de la hostelería, han llegado a la conclusión de que las empresas del sector deben participar en un desarrollo sostenible y gestionar sus actividades empresariales de tal forma que realicen una mayor contribución a la sociedad, al mismo tiempo que reduzcan a un nivel mínimo permanente las consecuencias negativas que éstas puedan tener sobre los seres humanos y el medio ambiente. Por tal razón, EFFAT y HOTREC tomaron la decisión de trabajar conjuntamente en este tema, concentrándose en las relaciones empresarios – asalariados en el sector de la hostelería.



## Iniciativas de la sociedad civil

Además de las iniciativas anteriores, organizaciones no gubernamentales (ONG) han lanzado una iniciativa con objetivos similares. En 1999, la organización inglesa Tourism Concern estableció criterios para un “comercio justo en el sector del turismo” y los unió a los elementos de responsabilidad social empresarial. El grupo DANTE (grupo de trabajo para un desarrollo sostenible del turismo) adoptó 10 líneas rectoras en relación con los requerimientos para un turismo sostenible con cara al futuro; las expuso en el marco de la “Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible” celebrada en Johannesburgo en 2002. Estas líneas rectoras se orientan según los diez temas centrales de la cumbre y, a partir de allí, formulan los desafíos para el turismo en el marco del desarrollo sostenible. akte, Grupo de Trabajo para el Turismo y el Desarrollo con sede en Basilea, desarrolló los cinco temas centrales del comercio justo en el sector del turismo. Estos cinco temas centrales se basan en los criterios generales del comercio justo y han sido utilizados por parte de la organización TEN (Tourism Ecumenical European Net) como base para establecer las pautas para las condiciones justas de la prestación de servicios en el sector del turismo. Para el turismo, esto implica los siguientes aspectos: relaciones equitativas entre todos los actores, precios justos, condiciones laborales justas, participación en los ciclos económicos locales y en el desarrollo regional, utilización sostenible de los recursos y respeto de las normas medioambientales.

De hecho, ya existe un sinnúmero de programas y propuestas acerca de la manera como el turismo puede contribuir al desarrollo sostenible. No obstante, hasta el momento no hay iniciativas concretas y vinculantes de desarrollar un sistema de RSC aceptado y aplicable en el sector turístico. Hasta el presente, los programas que se han desarrollado no han alcanzado la amplitud que se requiere y no se implementan de manera suficiente. Asimismo, falta la integración de los criterios sociales y ecológicos. Por tal razón, es posible que las empresas turísticas y los viajeros se pierdan en esta “jungla” de programas, reivindicaciones y

códigos de conducta, y no logren reconocer cuáles son los criterios que deben tenerse en cuenta. En consecuencia, muchos de ellos no están dispuestos a ocuparse de estos temas, o utilizan esta situación como argumento para su negativa a abordar el tema de la responsabilidad social en el sector del turismo. La RSC en el turismo solo obtendrá el despliegue requerido si cada vez más clientes la consideran como un factor que hace parte de las características “normales” con las que debe contar un viaje. Un sistema de informes y certificación que goce de reconocimiento general, podría ser de gran utilidad en este sentido.





# ISO 9001 SA 8000 CSR ISO 14001

## Instrumentos de gestión de la RSC

La normativa y las pautas de la RSC serán ineficaces si su implementación no se realiza dentro de las actividades corrientes de la empresa. Es por tal razón que nos ocuparemos, a continuación, de los instrumentos de gestión que pueden utilizarse en las empresas mismas. Básicamente, queremos hacer referencia a dos iniciativas complementarias: primero, los elementos necesarios para el establecimiento de un sistema de gestión basado en la RSC y, segundo, un régimen de informes acerca del rendimiento económico, social y ecológico de la empresa, que se denomina informes de sostenibilidad.

Para incrementar su nivel de transparencia, su credibilidad y su carácter vinculante servirán: un control realizado por un agente externo a la empresa, una certificación del sistema de gestión y una validación del informe de sostenibilidad.

### Gestión sostenible: calidad y responsabilidad con sistema

Un sistema de gestión de sostenibilidad es un sistema integral de gestión cuyo objetivo es optimizar los efectos económicos, ecológicos y sociales de una organización específica. En todo el mundo se han implantado ya diversos estándares de gestión y normas de certificación: ISO 9001 y 14.001, EMAS Eco Management and Audit Scheme, Sistemas de gestión de calidad total (Total Quality Management Systeme: TQM, EFQM, etc.), Social Accountability Standard 8000 (SA 8000), así como sistemas especiales que se aplican al sector del turismo como, por ejemplo, Swiss Tourism Quality Label (Q), Green Globe Standard, Costa Rica Tourism Label, Australian National Ecotourism Accreditation Programme (NEAP) etc. De la misma manera, se encuentra en proceso de elaboración la guía de ISO sobre la RSC (ISO 26.000).

Finalmente, cada empresa debe adoptar un sistema propio para integrar la responsabilidad social en su vida cotidiana empresarial. Los sistemas estándar establecidos y aceptados en Europa y en todo el mundo

pueden servir de base y orientación para evitar tener que comenzar de cero una y otra vez. Por ejemplo, se puede desarrollar un sistema de gestión de sostenibilidad utilizando como base las normas de ISO 9001 y 14.001 y EMAS, para agregar algunos criterios sociales y, posteriormente, adaptarlo a las particularidades de la empresa. Asimismo, este sistema puede ser certificado por un perito externo que, también, garantice a la opinión pública una información transparente acerca del informe de sostenibilidad.

### Auditoría social SA 8000

El estándar SA 8000 determina la responsabilidad social frente a los colaboradores, proveedores, clientes y a la sociedad en general. El objetivo de este estándar es alcanzar un desarrollo sostenible y el establecimiento de un sistema de certificación y control de validez mundial en todas las empresas. La diferencia entre este sistema y las normas ISO es que SA 8000 prevé la conducción de encuestas sistemáticas de los miembros de plantilla y la inclusión de grupos involucrados no pertenecientes a la empresa, como sindicatos y organizaciones no gubernamentales.

El contenido de SA 8000 incluye los siguientes aspectos:

- Prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso.
- Prohibición de la discriminación por motivo de raza, género y religión.
- Derecho de libre asociación, de afiliación a sindicatos y de negociaciones colectivas.
- Limitación de la jornada laboral semanal a un máximo de 48 horas, con un día libre.
- Garantía de salarios adecuados que permitan al asalariado vivir una vida digna.
- Exigencia e implantación de condiciones de trabajo dignas y humanas.
- Mejora sistemática de las condiciones de trabajo en la empresa.
- Documentación ante la opinión pública (por medio de procesos de certificación).

A pesar de ser un instrumento apto para ser aplicado en el sector turístico, no sabemos de ninguna empresa del sector que haya implementado SA 8000.

<sup>1</sup> KATE ha desarrollado un sistema de gestión de sostenibilidad en colaboración con las Organizaciones de formación de adultos para la gestión sostenible y han sido certificadas por Certificadores externos.

## Régimen de informes de la RSC – haced el bien y proclamadlo a viva voz

*"Pero también debemos ser sinceros: no solamente existe una situación de beneficio mutuo. Precisamente en el aspecto social existen claros conflictos de intereses entre los accionistas y los cuadros directivos, por una parte, y los colaboradores y proveedores, especialmente los provenientes de países en vías de desarrollo, por la otra. Por tal razón, una de las tareas centrales de la gestión de RSC es lograr transparencia y establecer un diálogo en igualdad de derechos. Con frecuencia, la gestión de RSC implica también la gestión de conflictos de objetivos."*

Angela Giraldo, KATE



Un número creciente de empresas elaboran informes de sostenibilidad. La Global Reporting Initiative (GRI) tiene como objetivo establecer estándares de informes homogéneos y comparables, por medio de la elaboración y la divulgación de directrices de informes de sostenibilidad reconocidas en todo el mundo. Las directrices de informes de sostenibilidad de GRI ("GRI Sustainability Reporting Guidelines") se publicaron por primera vez en 1999, momento desde el cual se han ampliado constantemente. La guía de GRI establece dentro de la empresa una estructura lógica para la aplicación de un programa de sostenibilidad relativo a las actividades de la organización y los servicios y productos de tal empresa. Asimismo, Global Reporting Initiative (GRI) ha elaborado, en cooperación con la Iniciativa de Touroperadores (TOI), directrices de informes de sostenibilidad en el sector de touroperadores (Sustainability Reporting Guidelines for the Tour Operator's Sector).

Las directrices para el sector turístico comprenden indicadores marco de GRI y otros indicadores adicionales, específicos para el sector del turismo. No obstante, no tenemos información acerca de la aplicación de dichas directrices en alguna empresa del sector turístico.

Los criterios sectoriales para el turismo dan a las empresas la posibilidad de cuantificar su trabajo y su rendimiento y de presentar de manera transparente los efectos ecológicos, económicos y sociales de sus actividades empresariales.

Existen 57 indicadores clasificados en 5 categorías:

**Gestión y desarrollo de productos** son medidas que se deben tomar en los países destino; es necesario tener en cuenta el tipo y la selección de los servicios.

**Gestión interna** comprende todas las tareas y medidas de la sede central de la empresa y las oficinas regionales (por ejemplo, departamento de compra, producción de material impreso, cuestiones de personal, prácticas de normas laborales).

**Gestión de la cadena de valor agregado** comprende la elección, el contrato y la mejora de los servicios prestados por parte de los proveedores.

**Relaciones con el cliente** comprende todas las medidas referentes a las relaciones con el cliente; no sólo aquellas que pretenden alcanzar mayor satisfacción del cliente, sino aquellas relativas a la concientización de los clientes y a la publicación de informaciones relativas a la sostenibilidad.

**Cooperación con los países destino** son todas las medidas y decisiones relativas al diálogo sobre los efectos de las ofertas turísticas, así como las medidas sociales con los oferentes de servicios en los países destino.



## Certificación de la RSC – auditoria externa independiente

Para promover la implementación de códigos de conducta, compendios de estándares sociales y directrices ya existentes, es necesario aplicar el correspondiente sistema de gestión y un informe de RSC y sostenibilidad adecuados. El sistema de gestión y el informe de sostenibilidad podrán ser validados por un perito externo independiente. Esto garantiza, inicialmente, el compromiso y el control para alcanzar una implementación real de la directriz. Asimismo, aumenta la credibilidad de la empresa ante la opinión pública, de cumplir de una forma real el objetivo previsto. Esto brinda confianza a los turistas y les da la seguridad de que son clientes de una empresa verdaderamente responsable en el aspecto social.

En el sector turístico, una certificación de la RSC es de especial importancia, ya que, por una parte, la industria del turismo afecta una amplia gama de factores sociales y ecológicos y, por la otra, porque las empresas turísticas dependen mucho más de su buena reputación que las empresas de cualquier otro sector. Por tal razón, muchas de las empresas turísticas más importantes tienen directrices institucionales que se ocupan de la RSC. Lamentablemente, en la actualidad no existen medios para verificar el grado y la manera como se cumplen estos objetivos de RSC.

## Buen punto de partida

Efectivamente, ya existen diversas iniciativas para una certificación con elementos de RSC: por ejemplo, EMAS (Eco Management and Audit Scheme), también denominado Eco-Audit, ofrece la posibilidad de que las empresas europeas certifiquen sus sistemas de gestión y los informes medioambientales empresariales. Una norma internacional que puede ser certificable sigue siendo la norma ISO 14001, de validez internacional, que es, al igual que EMAS, un sistema de gestión medioambiental; no obstante, la diferencia entre ISO 14001 y EMAS es que la primera no prevé la elaboración de un informe medioambiental de carácter público y contiene algunas normas menos exigentes. La norma ISO 9001, también de vigencia mundial, establece estándares para un

sistema de gestión de calidad en las empresas. Los criterios sociales, que tienen una gran relevancia para la industria del turismo, están comprendidos por SA 8000 y pueden ser certificados por un informe de auditoria social.

Una certificación de la RSC en empresas turísticas debería integrar, de igual manera, los aspectos ecológicos y sociales, al mismo tiempo que fomentar la homogeneización de los criterios que se requieren. Sería necesario alcanzar una mejor comprensión entre los actores europeos y los del resto del mundo, para seguir desarrollando las directrices de la RSC para el turismo que aún faltan, y para dotarlas de mecanismos de monitoreo.

Además de la certificación de las empresas, existe una gran variedad de etiquetas para productos y ofertas turísticas que se basan en criterios medioambientales y de calidad específicas. Hasta el momento, prácticamente no existen etiquetas basadas en aspectos sociales de las ofertas turísticas. Ante el verdadero laberinto de etiquetas de todo tipo para los destinos turísticos, consideraríamos más positivo desarrollar una estrategia de RSC que diera preferencia a la certificación integrada RSC de empresas del sector turístico.

*“La población ha de ser considerada como la actriz principal, verdadera protagonista y primera beneficiaria de la actividad turística. A ella le corresponde la capacidad de decisión y control de los recursos y beneficios”*

*Rafael Mauri, ACSUD-Las Segovias*





# Existen alternativas – impulsos para el futuro

## La asociación alternativa de touroperadores: el “forum anders reisen” (foro viajes alternativos)

La asociación forum anders reisen, fundada en 1997, cuenta actualmente con 130 miembros touroperadores de Alemania y otros países de Europa. Todos los miembros asociados al forum tienen un objetivo común: promover un turismo compatible con los principios de sostenibilidad, que preste especial atención a las cuestiones medioambientales y a los intereses de la población local de los países destino. Esta asociación promueve, asimismo, ofertas turísticas creativas e innovadoras que se distingan de las acostumbradas ofertas de “todo incluido”.

Para este fin, el forum anders reisen ha establecido un catálogo de criterios que comprende cuestiones ecológicas y sociales. Allí se determinan los requerimientos que debe cumplir una empresa turística para adquirir el derecho de afiliarse al forum anders reisen. Algunos de estos requerimientos son, por ejemplo, el respeto de las costumbres y las convenciones sociales y religiosas, pero también medidas concretas como, por ejemplo, el hecho de que no se viaje en avión hacia destinos que estén localizados a una distancia menor a 700 km del lugar de origen. Asimismo, se hace especial énfasis en la utilización de la infraestructura local, con sus particularidades regionales: para el alojamiento de los turistas deberán aprovecharse las facilidades locales que estén a disposición; y el suministro y la alimentación se deberán realizar con productos regionales.

Las exigencias del forums anders reisen cubren, de por sí, diferentes aspectos del turismo sostenible, ya que los servicios requeridos para la realización de un viaje se cumplen con un alto grado de respeto por las normas medioambientales, teniendo en cuenta las necesidades de la población local y la economía regional del lugar de destino.

La lista de criterios es vinculante para todos los miembros. El cumplimiento de estos criterios solo puede controlarse para un momento específico.

## Comercio justo en el sector del turismo en Sudáfrica

Desde la abolición del régimen racista del apartheid en 1994, Sudáfrica se ha convertido en uno de los pocos países que ha optado por un camino muy prometedor en el marco del turismo justo. Por medio de sus planes económicos, el nuevo gobierno hizo del turismo uno de los sectores que deberían servir para el desarrollo y el fomento de los colectivos desaventajados de la población, especialmente la población negra. Para este fin, el gobierno adoptó en 2005 la política de “Empoderamiento de la población negra” para el sector turístico. No es de sorprender que Sudáfrica haya sido el primer país del mundo en el que se haya desarrollado una etiqueta para ofertas justas en el sector del turismo.

**La organización Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA)** concede una etiqueta que certifica las prácticas de comercio justo en el sector del turismo. Esta etiqueta sirve de orientación para que los turistas conscientes puedan evaluar el carácter social y ecológicamente responsable de una oferta turística. Al mismo tiempo, brinda la posibilidad a las empresas turísticas de desarrollar sus ofertas según los criterios del comercio justo. De esta manera, la organización, con sede en Sudáfrica, establece que se distribuyan los ingresos de manera justa, se respeten normas progresivas de trabajo, se persigan objetivos de sostenibilidad y se garanticen principios como la democracia, el respeto, la confiabilidad y la transparencia. Hasta el momento, esta etiqueta de comercio justo ha sido concedida a 18 empresas del sector turístico. Si bien se presentaron muchas más solicitudes, en muchos casos los solicitantes no pudieron cumplir los estrictos criterios de FTTSA, hecho que incrementó considerablemente la credibilidad y el atractivo de este programa de etiquetado.

FTTSA fue condecorada con el premio especial de TODO! 2005, un concurso de reconocimiento mundial que distingue a las iniciativas de turismo responsable, organizado por el Studienkreis für Tourismus und Entwicklung de Alemania en cooperación con una serie de socios.



# COMMUNITY INVOLVEMENT IN DECISION MAKING IN TOURISM

4th WORLD SOCIAL FORUM, MUMBAI, INDIA

13.00 hrs - 16.00 hrs

January 19, 2004

Venue: C93

## El Parlamento Europeo exige medidas legislativas referentes a la responsabilidad social de las empresas

Últimamente, las empresas han comenzado a reconocer su responsabilidad por el respeto de los estándares sociales mínimos frente a sus proveedores en todo el mundo y a implementar medidas voluntarias en los países de sus contratistas, por ejemplo, seminarios de formación y programas de estándares sociales. No obstante, una responsabilidad social global sostenible requiere medidas mucho más amplias: las empresas deben reorientar su estrategia empresarial hacia un concepto más extenso de sostenibilidad, por ejemplo, basando su política de determinación de precios y condiciones frente a contratistas y proveedores, en el cumplimiento de los estándares sociales.

La política, por su parte, debe establecer un marco para evitar que aquellas empresas que respeten las normas sociales y medioambientales no sean castigadas por el mercado. La UE debería hacer de los estándares sociales y medioambientales parte integral de su política de comercio exterior, y exigir que dichos estándares sociales se incluyan en las normas de la OMC. Además de esto, las instituciones estatales podrían jugar un papel decisivo en el fomento y la imposición de estas normas; por ejemplo, se podría exigir que, antes de que a una sociedad anónima se le concedan encargos y proyectos, créditos, subvenciones o el derecho de admisión en la bolsa de valores, ésta debería cumplir plenamente las normas de rendimiento de cuentas en el aspecto social y medioambiental; también se podrían establecer parámetros y valores de referencia de RSC y se recompensaría a las mejores empresas por su cumplimiento.

*"Necesitamos un pacto para establecer el rendimiento de cuentas de las empresas en el aspecto social. . . . Por medio de una iniciativa de la Unión Europea se deben crear estructuras institucionales sólidas para la implementación de normas de*



*vigencia mundial, para que las empresas se vean obligadas a rendir cuentas en el aspecto social. Estas estructuras deberán reducir y evitar efectiva y sistemáticamente las violaciones cotidianas de los estándares sociales y medioambientales que se presentan en la cadena de creación de valor de las empresas con actividades en Europa. Un punto de referencia podrían ser las normas de la ONU sobre la responsabilidad de las empresas transnacionales en la esfera de los Derechos Humanos, adoptadas por unanimidad por la Subcomisión de las Naciones Unidas con el fin de promover el respeto de los Derechos Humanos. . . . Entre otras disposiciones, esta propuesta insta a los Estados a asumir su responsabilidad por la protección de los Derechos Humanos por medio de la aplicación de diversos instrumentos como, por ejemplo, indemnizaciones, inspecciones, defensorías del pueblo, y su imposición a las empresas. . . . Para alcanzar la plena implementación de las propuestas necesitamos un Estado fuerte, democrático y efectivo".*

*Uwe Wötzel, ver.di (Sindicato unitario del sector de servicios)*



# Fair play también en el

*"La industria del turismo ha asumido una serie de normas de autocompromiso. Lamentablemente, aún no se reconoce un plan concreto de implementación. No esperamos que se establezca un nuevo turismo minoritario de nichos, como, por ejemplo, el ecoturismo. Lo que también necesitamos en este sector es una gestión sostenible. . . . Es decir, que el objetivo no debe ser la generación rápida de beneficios sino la consistencia de una medida específica, el trato consciente de los recursos naturales y el respeto de los límites de capacidades. La población local debería determinar el ritmo del desarrollo. Solamente así, este desarrollo irá en beneficio de todos, a largo plazo. . . . Solamente por medio de la adopción de la responsabilidad social corporativa podremos dar un rostro más social a la globalización y, así, permitiremos que sea el modelo exitoso para toda la sociedad"*

*Ernst Pfister,  
Ministro de Economía del Estado de Baden-Württemberg,  
ante la Conferencia sobre RSC en el Turismo,  
Stuttgart, Junio 2005*

En mayo de 2002, en el marco del mandato de la Comisión Europea para la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo, el Parlamento Europeo exigió que se estableciera hasta 2004 un marco legal referente al cumplimiento de la responsabilidad legal de las empresas, en sociedades anónimas con capital privado, que previera que los inversores privados observaran el pleno cumplimiento de las normas básicas medioambientales y el respeto de los derechos de los trabajadores, tal como lo determinan las normas y legislaciones nacionales e internacionales.

*"No obstante, tenemos que ofrecer respuesta a una serie de nuevas preguntas en Europa: ¿qué tipo de turismo queremos tener en Europa, a largo plazo? ¿Cómo podemos implementar el principio de la sostenibilidad más efectivamente que en el pasado? ¿Cómo multiplicaremos de manera efectiva nuestros talentos naturales, culturales e históricos sin correr el riesgo de perderlos? Y lógicamente, también debemos ofrecer respuesta a la pregunta: ¿cómo podemos mantener una actitud abierta hacia el mundo sin comprometer nuestra seguridad?"*

*El tema central de hoy y de mañana no será, inicialmente, nuestras competencias, sino más bien, la manera como logremos, de manera conjunta, aprovechar el potencial que reside en el turismo de una forma tal, que beneficie por igual a los consumidores, a los empleados y a los empresarios del sector."*

*Günter Verheugen,  
Vicepresidente de la Comisión Europea  
ante la 9ª Cumbre del Turismo de la BTW  
(asociación alemana de la industria del turismo),  
6.12.2005*



## Cinco recomendaciones a las empresas turísticas

Las empresas del sector del turismo, al igual que otros actores en el contexto del desarrollo social, se encuentran cada vez más en el foco de atención de las regiones turísticas. Por una parte, los críticos argumentan que la razón del turismo es la generación de ganancias. Si bien no podemos negar que en muchas regiones destino las empresas turísticas han jugado un papel importante en los procesos sociales de cambio, también es necesario afirmar que aún no se tiene plena claridad acerca de qué significa exactamente “responsabilidad social” o RSC, para las empresas del sector turístico. Consideramos que la RSC se refiere directamente a las actividades centrales de la empresa, es decir, a las condiciones bajo las cuales se producen y se prestan los servicios en el sector del turismo. El objetivo central es aplicar las normas de responsabilidad social a todos los niveles y sectores de la actividad empresarial. Las empresas deben fomentar la transparencia y la comunicación acerca de cómo y bajo qué condiciones se genera y desarrolla su producto “viaje”. Al respecto, deseamos emitir las siguientes recomendaciones:

### 1. El respeto de los Derechos Humanos y de las normas fundamentales del trabajo y la protección del medio ambiente.

Un aspecto básico de la buena gestión empresarial es el respeto y el fomento activo de los Derechos Humanos, de las normas fundamentales del trabajo y la protección global del medio ambiente, y el pleno respeto de las normas y leyes pertinentes.

Para esto, se requiere desarrollar e implementar sistemáticamente una estrategia empresarial correspondiente y fomentar la comunicación al respecto, frente a los miembros de plantilla de la empresa, a los socios comerciales y a los prestadores de servicios en el país de origen y en el país destino. Asimismo, es importante sensibilizar a los guías de viaje y a los turistas acerca de las consecuencias de su forma de actuar y de su comportamiento.

### 2. Responsabilidad global por medio de la inclusión de comunidades locales.

Las empresas turísticas deben asumir la responsabilidad por los habitantes y las comunidades locales de los destinos turísticos, allí donde sus clientes pasan sus vacaciones. Se deberá establecer una cooperación justa entre compradores y vendedores, con el fin de determinar

precios y salarios que posibiliten vivir adecuadamente a los segundos. La inclusión y el fomento de empresas locales privadas, seminarios de formación y perfeccionamiento profesional, la coparticipación y la estabilidad legal, son condiciones básicas para que el turismo contribuya a la reducción de la pobreza y al desarrollo sostenible en los países destino.

### 3. Diálogo social con los actores y las partes involucradas.

La disponibilidad al aprendizaje y a la innovación de las empresas se fomentará por medio de formas vinculantes del diálogo social, en las cuales se deben incluir, también, actores de la sociedad civil con una posición crítica. El objetivo básico de este diálogo es la determinación y la integración de estándares sociales y ecológicos en las actividades empresariales, la exposición transparente de conflictos de intereses y el afán por lograr una compensación de intereses lo más justa posible. La responsabilidad social y ecológica empresarial solo se podrá implementar de forma sostenible si se integra plenamente en los programas empresariales de formación y perfeccionamiento profesional y en la política de comunicación corporativa.

### 4. Auditoria externa independiente.

Por medio del arraigamiento de las normas de RSC en el sistema de gestión empresarial se garantizará la plena implementación mundial de éstas en todos los sectores de la vida empresarial. Una auditoria externa e independiente garantizará el cumplimiento de estas normas, afianzará el proceso de mejora respecto a su cumplimiento y brindará un mayor grado de credibilidad.

### 5. Memorias sobre estándares sociales y medioambientales.

En el marco de sus balances, las empresas deberán rendir cuentas acerca del comportamiento de sus indicadores económicos, ecológicos y sociales en toda su cadena de creación de valor. Informes de sostenibilidad de esta índole son un instrumento de gestión y comunicación innovador que permitirá concretizar los principios de la RSC. De esta manera, la responsabilidad social de la empresa se hace transparente a los colaboradores, a los socios comerciales, a los consumidores y a la opinión pública en general. Esto permite, asimismo, verificar el desarrollo del proceso de implementación de códigos de conducta y directrices autoimpuestos de forma voluntaria.

# Fair play fair play también en el turismo

## Links

Acción por un turismo responsable .....	<a href="http://www.turismo-responsable.org">www.turismo-responsable.org</a>
ACSUD Asociación para la Cooperación con el Sur.....	<a href="http://www.turismoresponsable.net">www.turismoresponsable.net</a>
akte - Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung .....	<a href="http://www.akte.ch">www.akte.ch</a>
CSR Europe.....	<a href="http://www.csreurope.org">www.csreurope.org</a>
ECPAT .....	<a href="http://www.ecpat.de">www.ecpat.de</a>
ECPAT España.....	<a href="http://www.ecpat-esp.org">www.ecpat-esp.org</a>
EFFAT European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions .....	<a href="http://www.effat.org">www.effat.org</a>
ETHOS .....	<a href="http://www.proyectoethos.org">www.proyectoethos.org</a>
Europäische Kommission, DG Sozialer Dialog .....	<a href="http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/index.htm">http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/index.htm</a>
forum anders reisen.....	<a href="http://www.forumandersreisen.de">www.forumandersreisen.de</a>
FTTSA Fair Trade in Tourism South Africa.....	<a href="http://www.fairtourisma.org.za/languages/german.html">www.fairtourisma.org.za/languages/german.html</a>
GRI - Global Reporting Initiative .....	<a href="http://www.globalreporting.org">www.globalreporting.org</a>
OIT Organización Internacional del Trabajo .....	<a href="http://www.ilo.org">www.ilo.org</a>
KATE - Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung.....	<a href="http://www.kate-stuttgart.org">www.kate-stuttgart.org</a>
EED Tourism Watch .....	<a href="http://www.tourism-watch.de">www.tourism-watch.de</a> , <a href="http://www.eed.de">www.eed.de</a>
Ver.di.....	<a href="http://www.verdi.de">www.verdi.de</a>
UNWTO Organización Mundial del Turismo .....	<a href="http://www.world-tourism.org">www.world-tourism.org</a>

# Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Empresas turísticas y su responsabilidad global

## Editores

**KATE, Stuttgart - Alemania, en cooperación con  
EED - Tourism Watch, Bonn – Alemania y ACSUD, Valencia – España**

**KATE** – Centro de Ecología & Desarrollo  
Blumenstr. 19 | 70182 Stuttgart | Alemania  
Tel.: +49 / 711 / 248397-12 | Fax: -22  
turismovision@kate-stuttgart.org | www.kate-stuttgart.org

**EED** - Tourism Watch  
Ulrich-von-Hassell-Str. 76 | 53123 Bonn | Alemania  
Tel.: +49 / 228 / 8101 –2302 | Fax: -150  
tourism-watch@eed.de | www.tourism-watch.de | www.eed.de

**ACSUD**-Las Segovias – Asociación para la Cooperación con el Sur  
Puerto Rico, 28 , 1ero – 2da puerta | 46006 Valencia | España  
turisme1.pv@acsud.org | www.turismoresponsable.net



## Equipo de Redacción

Angela Giraldo, Günter Koschwitz,  
Cornelia Chmiel, Heinz Fuchs

## Diseño Gráfico

Renate Lahnstein, KATE

## Impresión

UWS Papier & Druck GmbH, Stuttgart,  
Impreso en papel 100% reciclado.

## Material Fotográfico

Angela Giraldo, Gabi Winkler, www.steinman.de

## Traducción

Alas Sprachendienst, Diez/Lahn

## Responsable

Angela Giraldo, KATE

La publicación fue realizada con el apoyo financiero de la Comisión Europea en el marco del proyecto „Diálogo con la Industria Turística“



La publicación se puede obtener también en inglés y alemán.

El contenido representa exclusivamente la opinión de los editores.  
© 2006. derechos reservados en los editores

