



We protect children in travel and tourism

ESTUDIO DE CASO

ESTÁNDARES DE PROTECCIÓN PARA LAS NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES EN LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO:



LA EXPERIENCIA DE MÉXICO Y COLOMBIA



FUNDACIÓN **Renacer**
Contra la violencia sexual



Este estudio de caso ha sido elaborado con la ayuda económica de UBS Optimus Foundation.

ECPAT International reconoce el apoyo financiero general de la Agencia Sueca de Cooperación para el Desarrollo Internacional (SIDA). Las opiniones expresadas en este documento pertenecen únicamente a ECPAT International. El apoyo de estos donantes no constituye un respaldo a las opiniones expresadas.

Esta publicación nace como documentación del estudio realizado por Adriana Hidalgo, Gerente de Colaboración con el Sector Privado con la inestimable colaboración de Fundación Renacer y ECPAT México, bajo la Iniciativa del programa sobre la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en Viajes y Turismo y El Código.

Desde Fundación Renacer:

Luz Stella Cardenas, Directora Ejecutiva;
Nelson Enrique Rivera, Subdirector;
Mayerlin Vergara, Coordinadora Regional en La Guajira y Sergio Rivera, Profesional de Prevención.

Desde ECPAT México:

Norma Negrete, Coordinadora y Presidenta Espacios de Desarrollo Integral, A.C.

Desde ECPAT International:

Adriana Hidalgo, Gerente de Colaboración con el Sector Privado, con apoyo de Gabriela Kühn, Jefa del Programa, Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en Viajes y Turismo.

Diseño y maquetación por:

Manida Naebklang.

Citación sugerida:

ECPAT International. (2024). Estudio de caso: Estándares de protección para las niñas, niños y adolescentes en la industria de viajes y turismo: la experiencia de México y Colombia.

Bangkok: ECPAT International.

© ECPAT International, 2024.

Se autoriza la reproducción con reconocimiento de la fuente como ECPAT International.

Fotografía de: [upsplash](#), Estas imágenes se utilizan para propósitos de abogacía mediante [licencia gratuita](#).

Los fotógrafos son: [Bernardo Ramonfaur](#), [Dennis Schrader](#), [Dennis Schrader](#), [Aman](#), [Lisa Soots](#), [Jezael Melgoza](#), [Bogdan Vlad](#), [mana5280](#), [Roberto Carlos Román Don](#), [Ruth Hazlewood](#), [Asdrubal luna](#).

Tabla de contenidos

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA EN VIAJES Y TURISMO EN MÉXICO Y COLOMBIA | 2 |
| ¿POR QUÉ ADOPTAR E IMPLEMENTAR LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA Y CÓMO ASEGURAR SU EFECTIVIDAD? | 12 |
| PRINCIPALES RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE CÓDIGOS DE CONDUCTA Y LA VINCULACIÓN ENTRE ESTOS | 14 |
| DESAFÍOS Y PRINCIPALES | 17 |
| ECPAT INTERNATIONAL: LLAMADO A LA ACCIÓN | 19 |



We protect children in travel and tourism



UBS Optimus Foundation



UBS

Este estudio de caso fue amablemente cofinanciado por la Fundación UBS Optimus.

Los puntos de vista y opiniones expresados en material de terceros son de los respectivos ponentes y/o autor(es) y puede diferir o ser contrario a las opiniones o posiciones expresadas y/o sostenidas por UBS Group AG y/o cualquiera de sus subsidiarias, afiliadas o agentes (en conjunto, "UBS"). UBS no acepta ninguna responsabilidad por cualquier pérdida o daño que surja del uso de todo o parte del material de terceros o por la confianza en cualquier información contenida o proporcionada en el mismo. Así mismo, UBS no asegura ni garantiza la exactitud, actualidad o integridad de la información o los datos presentados o proporcionados por terceros ponentes o autores y, como tal, UBS no se hace responsable por ninguna pérdida ocasionada por la confianza en la información proporcionada por terceros ponentes o autores. Además, brindarle acceso a terceros ponentes o autores y/o a sus materiales no debe considerarse un respaldo por parte de UBS de ese material o una solicitud por parte de UBS para la compra o venta de cualesquiera valores, inversiones, estrategias o productos que puedan mencionarse. De la misma manera, UBS no sugiere ni supone ninguna afiliación, asociación, patrocinio o respaldo de cualquier persona, entidad, empresa u organización que aparezca, destaque o se mencione en el material proveído o expresado verbalmente en un evento de la UBS. Cualquier información, dato u opinión expresada por un tercer ponente o autor están sujetos a cambios sin previo aviso y la UBS no tiene la obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en cualquier material de terceros.

INTRODUCCIÓN

En las Américas, los códigos de conducta en el ámbito de los viajes y el turismo han tenido un importante desarrollo en las últimas dos décadas, promovidos por los gobiernos y la sociedad civil, para prevenir y responder a los actos de explotación sexual en perjuicio de niñas, niños y adolescentes. En algunos países su adhesión tiene un carácter obligatorio mientras que en otros es voluntaria. Ambas modalidades tienen sus propias implicaciones y desafíos motivando a las autoridades de turismo a desarrollar estrategias para fiscalizar su cumplimiento y para lograr más adhesiones, respectivamente. La generación de estos códigos, con independencia de su modalidad, constituye uno de los medios por los cuales los países cumplen con la obligación de proteger a las niñas, niños y adolescentes de la explotación sexual, obligación que a pesar de las dificultades presupuestarias por las que muchos atraviesan, es indelegable e impostergable si bien la sociedad civil puede coadyuvar con el Estado para lograr una más efectiva implementación.

En las Américas, los códigos nacionales desarrollados por los gobiernos coexisten con una iniciativa internacional, The Code¹, alojada en ECPAT Internacional, en cuyos criterios de cumplimiento se han inspirado los códigos nacionales y que en muchos aspectos resulta complementaria de los primeros, proporcionando un valor agregado debido a su alcance y visibilidad internacional así como a los mecanismos de monitoreo con los que cuenta, según se desprende de las entrevistas efectuadas para este estudio, como se verá más adelante.

En este estudio de caso se analiza la experiencia de implementación de un código nacional obligatorio – el de Colombia - y otro voluntario – el de México, propiciando la reflexión acerca de las implicaciones, efectividad y pertinencia de una y otra modalidad y señalando los desafíos y oportunidades de cada una. Se describen sus principales resultados y se analiza la complementariedad de estos estándares con The Code.

La metodología utilizada para este estudio comprendió el análisis documental² y la realización de entrevistas a representantes de compañías adscritas a los códigos nacionales y a The Code de ambos países, abarcando hoteles y servicios de transporte aéreo, marítimo y terrestre y la entidad gubernamental encargada de la promoción del turismo en México.

- 1 En español "El Código". En este estudio se utiliza el término en inglés para diferenciarlo con mayor facilidad de los códigos nacionales.
2. Este trabajo toma como base el estudio de ECPAT Internacional y Grupo de Acción Regional para las Américas GARA (2020), [Los códigos de conducta para la protección de niños, niñas y adolescentes en la industria de los viajes y el turismo en las Américas](#).

LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA EN VIAJES Y TURISMO EN MÉXICO Y COLOMBIA

LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA: ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN?

Los códigos de conducta son declaraciones de principios, valores y normas por los que las empresas acuerdan regirse y que por lo tanto se establecen a lo interno. Establecen normas de conducta que deberán seguir todas las personas que laboran para la misma y en algunos casos, toda su cadena de valor. Se generan como parte de la responsabilidad social corporativa y en aplicación del principio de la debida diligencia en derechos humanos, que les compromete a contribuir con el desarrollo ambiental, económico y social y a evaluar y prevenir el impacto que sus acciones pueden ocasionar en el entorno y en los derechos de las personas, incluyendo a niñas, niños y adolescentes. Tratándose de códigos de conducta donde la población que se espera proteger son niñas, niños y adolescentes, estos incorporan medidas para evitar la producción de daños y riesgos en sus operaciones.

Estos códigos pueden abordar ámbitos delimitados como la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes, así como otros de mayor alcance como los derechos laborales o la sostenibilidad ambiental de allí que, generalmente, refuerzan el cumplimiento de leyes y/o políticas nacionales, por ejemplo, en relación con la obligatoriedad de interponer una denuncia en caso de delitos contra niñas, niños y adolescentes. Para que sean efectivos, en el caso específico de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes, deben describir las acciones preventivas que implementarán y las vías para denunciar casos sospechosos, estableciendo los canales internos y externos para ello.

Como se señaló al inicio, los códigos de conducta pueden tener carácter obligatorio - una norma jurídica obliga a las empresas de viajes y turismo a adherirse a este- o voluntario - libremente asumido por las empresas. En el caso de los códigos obligatorios puede constituir un requisito para operar, como en Colombia. De cualquier forma, las empresas que hayan suscrito un código de esta naturaleza tendrán ventajas



competitivas ya que contarán con la confianza de las personas consumidoras, según afirmaron varias personas entrevistadas para este estudio.

Al implementar los códigos de conducta se contribuye con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, principalmente el No. 5 (Igualdad de Género), 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y 16 (Paz, Justicia e Instituciones Sólidas); la Convención sobre los Derechos del Niño (1989); el Protocolo Facultativo relativo a la venta de niños, la prostitución infantil y la pornografía con niños y niñas (2002); la Convención Marco sobre Ética del Turismo (2019) y el Convenio sobre las Peores Formas de Trabajo Infantil (1999), No. 182, de la Organización Internacional del Trabajo, que obliga a los Estados ratificantes a establecer medidas para prohibir, eliminar e incluso sancionar penalmente las formas de explotación económica de niñas, niños y adolescentes que se mencionan en este. Así mismo, los códigos de conducta refuerzan el cumplimiento de la Directiva sobre la Diligencia Debida en materia de Sostenibilidad Empresarial (2022) de la Comisión Europea que cubre a empresas constituidas en un tercer Estado.

Contribuye también con dos instrumentos no vinculantes, pero íntimamente relacionados con los casos que se analizan: los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y Derechos Humanos (2011) y los Derechos del Niño y los Principios Empresariales (2012).



THE CODE (INICIATIVA INTERNACIONAL)

En las Américas los códigos nacionales coexisten con una iniciativa internacional como es el Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes contra la Explotación Sexual en Viajes y Turismo (The Code). Se trata de una iniciativa de múltiples partes interesadas del sector de los viajes y turismo, cuyo objetivo es sensibilizar y proporcionar herramientas y apoyo a la industria de viajes y turismo para prevenir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en sus operaciones, servicios y cadenas de suministro.

El impulso y la promoción de The Code en los dos países analizados, así como en otros países, se lleva a cabo a través de los Representantes Locales del Código, organizaciones no gubernamentales que representan oficialmente The Code y que por lo general son a su vez miembros de la Red ECPAT. En los países donde existen brindan acompañamiento y asesoría técnica a las empresas en el cumplimiento de seis criterios de The Code, estableciendo un vínculo entre las perspectivas e intereses de las empresas y de las comunidades locales. En algunos casos imparten capacitación presencial dirigida al personal directivo y operativo de las empresas, así como entrenamiento para sus colaboradores.

Para que una empresa llegue a ser miembro de The Code requiere cumplir con ciertos pasos, entre estos, diseñar un plan para implementar los seis criterios en que se basa y pagar una membresía anual en correspondencia con sus ingresos anuales; también deben presentar un informe anual de cumplimiento de los criterios. La elaboración de este informe y del plan de implementación es asesorada por los Representantes Locales del Código en los países donde existen. The Code constituye un mecanismo de autorregulación donde se reconoce una membresía con base en el cumplimiento de los criterios y no una certificación o auditoría.



LOS SEIS CRITERIOS DE THE CODE

- 1.** Establecer una política y procedimientos contra de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes y regulación del volunturismo.
- 2.** Capacitar al personal sobre los derechos de las niñas, niños y adolescentes, la prevención de la explotación sexual y cómo denunciar posibles casos.
- 3.** Incluir una cláusula en los contratos para que a lo largo de toda la cadena de valor se establezca una política común de repudio y tolerancia cero frente a la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes.
- 4.** Informar a los turistas y viajeros sobre los derechos del niño, la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes y cómo denunciar posibles casos.
- 5.** Apoyar, colaborar y comprometer a todos los actores interesados en la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes.
- 6.** Realizar un reporte anual de los avances en la implementación del código de conducta.

EL CÓDIGO DE CONDUCTA NACIONAL DE MÉXICO (VOLUNTARIO)

El Código de Conducta Nacional para la Protección de las Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de los Viajes y el Turismo del 2012 (revisado en 2015) – en adelante, el Código de Conducta de México - tiene **carácter voluntario**. El cumplimiento del Código Nacional ha sido incorporado en el Programa Sectorial de Turismo. Las empresas que se adscriben a este deben firmar un compromiso – renovable cada dos años - y remitirlo a la Secretaría de Turismo (SECTUR); esta otorga un reconocimiento oficial a las empresas que lo adoptan y acreditan el cumplimiento de sus 6 Directrices. También otorga 40 puntos en el Sistema de Clasificación Hotelera a las empresas de hospedaje interesadas en obtener una categoría representada por estrellas. Las Directrices se basan en los criterios de The Code:

- Establecer en un documento rector el compromiso de la empresa con el Código.
- Sensibilizar y capacitar a las y los prestadores de servicios turísticos en la prevención.
- Desarrollar protocolos de acción para el manejo de situaciones de riesgo.
- Formar redes de colaboración para la canalización de denuncias.
- Informar a los clientes e involucrar a la cadena de valor sobre el compromiso.
- Reportar anualmente a SECTUR.

Para demostrar su cumplimiento las empresas deben presentar un **informe anual y aportar evidencias** de cada una de las 6 directrices. Es un informe que se completa en línea mediante una plataforma con la que cuentan en el servidor de la Secretaría de Turismo desde mediados del 2021; una persona funcionaria se encarga de revisar que este cumpla con lo requerido. El proceso está a cargo de la Unidad de Igualdad de Género de la SECTUR que capacita a personas promotoras para apoyar a las empresas en la implementación de las 6 directrices, a través de talleres de formación de personas promotoras del Código de Conducta Nacional. Esta Unidad ha desarrollado el *Protocolo de Acción para casos presumiblemente de Explotación Sexual y Laboral de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de los Viajes y el Turismo* y la *Guía Práctica de Implementación*, que ayuda a las empresas a diseñar medidas internas acordes con las directrices.

Los Talleres de formación de personas promotoras del Código de Conducta Nacional tienen una duración aproximada de 6 horas y abordan la trata de personas, explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes y trabajo infantil en el sector de los viajes y el turismo, así como la implementación de cada una de las directrices del código, incluyendo el protocolo de detección de situaciones de riesgo. Al finalizar los talleres, se debe hacer una evaluación en línea y al aprobarla la persona recibe una constancia que le acredita como persona promotora del Código de Conducta Nacional y si así lo decide sus datos pueden ser publicados en la página web del código.

Dentro del mismo portal web del Código de Conducta, las personas prestadoras de servicios de las empresas que adoptan el compromiso, pueden tomar una sesión de sensibilización que ofrece los conocimientos básicos y legislación sobre trata de personas, explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes y la detección de situaciones de riesgo. Al finalizar la sesión y posterior a una evaluación el sistema otorga una constancia.



EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE COLOMBIA (OBLIGATORIO)

A diferencia de México, el **Código de Conducta** nacional colombiano tiene carácter **obligatorio**. Adherirse a este y cumplir con las acciones que establece constituye un requisito para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo – cuya renovación debe hacerse una vez al año - y poder operar legalmente como prestador de servicios turísticos. Así lo estableció la *Ley No. 1336 de 2009 (julio 21)*³. Contempla **12 requisitos** que también se basan en los criterios de The Code, los cuales fueron establecidos en la *Resolución del Viceministro de Turismo No. 3840 de 2009 (Diciembre 24)*⁴. Una particularidad es que estos contemplan ejemplos de medidas que las empresas pueden tomar y también señala conductas que deben abstenerse de hacer. Los **criterios** abarcan, entre otros:

- La protección de las personas menores de edad de cualquier forma de explotación sexual y violencia causada por turistas, sin discriminar entre locales y foráneos;
- La capacitación a todo el personal y sus proveedores que estén en contacto con turistas;
- El reporte de casos sospechosos;
- El diseño y la difusión de una política que establezca medidas para prevenir todas las formas de explotación sexual contra niñas, niños y adolescentes;
- La abstención de las empresas de ofrecer este tipo de actividades de explotación en sus operaciones; y
- La información a las personas usuarias de las consecuencias legales de cometer alguno de estos actos.

3 El nombre completo es Ley No. 1336 de 2009 (julio 21) Por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescente.

4 El nombre completo es Resolución del Viceministro de Turismo No. 3840 de 2009 (Diciembre 24) Por la cual establece el Código de Conducta contemplado en el artículo 1° de la Ley 1336 del 21 de julio de 2009 y se dictan otras disposiciones.



El Viceministerio de Turismo, a través de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción - Grupo de Protección al Turista-, investiga y sanciona a los prestadores de servicios turísticos que operen sin estar inscritos en ese registro; también apoyan las labores de sensibilización y capacitación sobre el cumplimiento de los compromisos. Cuenta con el **curso virtual** *Todos unidos contra la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo*. Un recurso importante que ha desarrollado el Ministerio de turismo es el *Manual de Buenas Prácticas para la Prevención del delito de Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en el contexto de Viajes y Turismo*, que orienta a las empresas en la implementación de acciones para prevenir estos delitos.

¿CÓMO THE CODE COEXISTE Y COMPLEMENTA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS CÓDIGOS NACIONALES?

La iniciativa internacional The Code coexiste con los códigos nacionales – voluntario en México y obligatorio en Colombia – y complementa su implementación en muchos sentidos. En México y en Colombia se entrevistó a representantes de empresas suscritas al código nacional y que a la vez son miembros de The Code. En estos casos manifestaron que el hecho de haberse suscrito a The Code no excluía ni desestimulaba la adscripción al Código de Conducta Nacional de México y que la suscripción obligatoria al Código de Conducta de Colombia no les inhibía de adscribirse a The Code, ya que ambos instrumentos tienen un alcance distinto y se complementan entre sí. Así también, otras empresas adujeron que preferían implementar tan solo uno de ellos, en referencia principalmente a The Code. Entre las principales complementariedades que identificaron mencionaron las siguientes:



- *La oferta de The Code de nueve cursos en línea que abarcan sectores específicos de viajes y turismo frente a cursos promovidos por las autoridades nacionales más reducidos en cantidad y sectores cubiertos; por otra parte, los cursos de The Code se dirigen específicamente al ámbito de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes mientras que los nacionales abordan también otras temáticas propiciando un mayor ámbito de protección para las niñas, niños y adolescentes.*
- *Todos los informes anuales presentados a The Code son revisados por su Secretariado y con base en esa revisión se seleccionan las empresas que mejor cumplen con los criterios (“Top Members”), designación que permite visibilidad de alcance internacional a las empresas y las motiva a superarse.*
- *El hecho de que The Code reúna empresas alrededor del mundo permite que unas aprendan de otras y socialicen prácticas que pueden ser útiles en otros contextos y regiones, esto debido a la posibilidad que tiene su Secretariado de organizar eventos de intercambio.*
- *Mediante los Representantes Locales del Código se brinda asesoría a las empresas en materia de prevención de la explotación sexual de personas menores de edad y se les brinda acompañamiento. En Colombia, la Fundación Renacer, a través de la implementación de The Code, impulsa el cumplimiento del Código de Conducta nacional ya que el procedimiento ante el Viceministerio de Turismo para dar cumplimiento a la Ley No. 1336 de 2009 y a la Resolución del Viceministro de Turismo No. 3840 de 2009, se ve agilizado al demostrar que la empresa es miembro de The Code. En México, mediante la asistencia técnica de ECPAT-México se desarrollan recursos complementarios como protocolos de actuación internos para las empresas miembros de The Code, que guían al personal sobre la ruta por seguir ante la sospecha de casos de explotación sexual que involucren a niñas, niños y adolescentes, de utilidad tanto para las empresas únicamente adscritas a The Code como a aquellas que también opten por suscribir el Código de Conducta Nacional.*

Finalmente, proseguir ambos procesos - el voluntario y el obligatorio - permite que haya más empresas comprometidas con la prevención y denuncia de la explotación sexual contra niñas, niños y adolescentes.

¿POR QUÉ ADOPTAR E IMPLEMENTAR LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA Y CÓMO ASEGURAR SU EFECTIVIDAD?

Al reflexionar acerca de las razones para adoptar e implementar los códigos de conducta nacionales y The Code, las personas representantes de las empresas consideraron factores clave como **la motivación y el valor agregado** que suponen y las medidas operativas necesarias para asegurar su efectividad.

En relación con la **motivación** para adoptarlos, en el caso de códigos voluntarios, para las empresas mexicanas que optaron por suscribir el Código Nacional y para las empresas de ambos países - México y Colombia - adscritas a The Code internacional, la mayor motivación que tuvieron para hacerlo fue su **preocupación por el impacto negativo** que se pudiera generar de sus actividades, si no tomaban medidas para proteger a las niñas, niños y personas adolescentes, así como el interés de contar con espacios seguros para estas en sus instalaciones y **promover un turismo sostenible y responsable**.⁵ El puntaje que se obtiene al ser parte del Código Nacional de México para adquirir la certificación de calidad turística figura como un factor que estimula su adhesión, de acuerdo con lo manifestado por algunas empresas.

En relación con el Código de Conducta Nacional obligatorio en Colombia la adhesión se centra en el **cumplimiento de la norma**, pero ello no exige que a las empresas también les preocupe el impacto negativo de la explotación sexual y que valoren el compromiso de promover un turismo sostenible y responsable. Por otro lado, el apoyo que brinda la Fundación Renacer a las empresas colombianas y ECPAT-México a las empresas mexicanas en el cumplimiento de los seis criterios de The Code, estimula su adscripción y permanencia en The Code lo que da cuenta del importante papel que cumplen como Representantes Locales del Código.

Todas las empresas, independientemente del país o del código que suscribieron, consideran que el **valor agregado** más significativo de implementarlos ha sido la sensibilización alcanzada por las personas colaboradoras de las empresas acerca de los delitos relacionados con la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes, gracias a los procesos de capacitación. Se señala que el personal ahora no solo está atento a sus funciones, sino que se mantiene alerta ante estas posibles situaciones e incluso de otro tipo de abusos. **La sensibilización alcanzada** la constatan a través de:

⁵ Una de las actividades que pueden poner en riesgo de abuso y explotación a las niñas, niños y adolescentes en el sector de viajes y turismo es el volunturismo, principalmente cuando este incluye las visitas a centros residenciales donde se encuentran protegidas o a las comunidades locales de origen. De allí que The Code haya desarrollado una [política](#) específica donde describe con precisión el tipo de actividades de volunturismo que no son permitidas bajo esta iniciativa y aquellas que deberían ser reguladas y supervisadas. Bajo este estudio de caso se consultó a las empresas sobre la existencia de este tipo de actividades y el conocimiento de la política. En general, las empresas de ambos países actualmente no desarrollan actividades de volunturismo y no conocen acerca de la política, lo cual identifica un ámbito de trabajo donde centrar esfuerzos como medida de carácter preventivo en caso de que se deseara desarrollar este tipo de iniciativas.

- testimonios recogidos en talleres,
- encuestas que han aplicado al personal,
- pruebas que realizan para asegurarse que el personal actúa conforme lo dictan los códigos,
- reporte de casos sospechosos ante las autoridades y casos judicializados por actuación exitosa de las empresas y,
- en las respuestas que dan a los clientes cuando consultan sobre los certificados que exhiben y que informan sobre la suscripción de estos códigos de conducta.

Algunas empresas miembros de The Code señalan que dar seguimiento a la cadena de valor no está exento de desafíos debido a que, más allá de establecer cláusulas específicas e incorporarlas en los contratos, deben desarrollar mecanismos de control que no siempre son fáciles de implementar. Sin embargo, esta tarea se ve facilitada por el hecho de que cada vez más proveedores de servicios exigen contar con estos estándares de conducta como parte de los criterios de sostenibilidad.

Factores clave de carácter operativo identificados por las empresas de ambos países para lograr una efectiva implementación de los códigos nacionales y The Code

En las entrevistas se señalaron como factores operativos clave los siguientes:

- El apoyo al personal desde el nivel gerencial de la empresa para cumplir con los códigos.
- La revisión y actualización de los códigos involucrando a las jefaturas.
- La sistematicidad en los procesos de capacitación en función de la movilidad del personal.
- La adaptabilidad de los módulos de capacitación a distintos niveles educativos.
- La capacitación presencial, además de la capacitación en línea, por el intercambio que se genera con las organizaciones de la sociedad civil.
- La necesidad de capacitar al 100% del personal.

PRINCIPALES RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE CÓDIGOS DE CONDUCTA Y LA VINCULACIÓN ENTRE ESTOS

En cuanto a los resultados más importantes que se han obtenido tras la implementación de los códigos nacionales y The Code, se encuentran los siguientes:

LA RUTA DE LA DENUNCIA

Uno de los aportes más significativos de contar con un código de conducta para las empresas ha sido **la precisión de la ruta para denunciar casos sospechosos** de explotación sexual contra niñas, niños y adolescentes. Esto ha sido gracias al acompañamiento y trabajo de los Representantes Locales del Código -Fundación Renacer (Colombia) y ECPAT México- así como de las autoridades nacionales de turismo de ambos países por lo que **aplica tanto a los códigos nacionales (voluntario y obligatorio) como a The Code**. Las personas entrevistadas señalan que antes de la puesta en marcha de estos códigos no tenían mucha claridad sobre cómo identificar casos sospechosos cuando se daba un mal uso de los servicios y de las operaciones de las empresas, había temor de denunciar y poca claridad acerca de los canales para hacerlo. No se cuenta, sin embargo, con cifras precisas acerca de la cantidad de denuncias que han interpuesto.

EL CÓDIGO DE CONDUCTA LES AYUDA A GESTIONAR UN PROBLEMA PROFESIONALMENTE. DE ESTA MANERA TIENEN UNA GUÍA PARA REACCIONAR FRENTE A ESTE PROBLEMA. ESTO HA GENERADO UN SENTIMIENTO DE ORGULLO ENTRE LOS COLABORADORES, SE SIENTEN RESPONSABLES DE LAS SITUACIONES.

Olga Gutiérrez, Directora Jurídica Grupo Posadas, Colombia.

NIVEL DE COMPROMISO DE LAS EMPRESAS

Independientemente del país, en las entrevistas se mencionó que la coexistencia de códigos de conducta nacionales (voluntarios u obligatorios) y The Code constituye una fórmula idónea y ambos son necesarios, aunque la modalidad por la que se opte conduce a un nivel de compromiso distinto.

Por un lado, se **señaló que los códigos nacionales deberían ser obligatorios en todos los casos**, debido a que se está en presencia de un delito muy grave y por lo tanto todas las empresas, necesariamente, deben contar con un código de esta naturaleza porque no se debe dejar a la voluntad de estas determinar si abordan o no los casos sospechosos que se identifiquen y cómo lo harán. El Estado tiene una obligación irrenunciable e indelegable de proteger los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Una forma de hacerlo es a través de **una ley que obligue al sector de viajes y turismo a adoptar un código de conducta y estableciendo sanciones por incumplimiento**. Por esta razón se considera que los códigos de conducta nacionales son necesarios y en la medida de lo posible, deberían ser obligatorios.

En los casos de los códigos nacionales de carácter voluntario, **se señaló como una debilidad que la adhesión a estos puede ser limitada**; en el caso de México el número de empresas suscriptoras es relativamente, bajo si se compara con la gran cantidad de empresas existentes en el país y a pesar de la existencia de incentivos. Llama la atención que aún con la existencia de estímulos, la adscripción no es altamente significativa.

En relación con **The Code, este viene a ser un instrumento técnico complementario** de los códigos nacionales que refuerza las políticas internas de las empresas, mediante la asistencia técnica que proporcionan los Representantes Locales del Código, la diversidad de cursos en línea que ofrece y el monitoreo que se lleva a cabo a través de la presentación de los informes anuales. Además, tiene un alcance internacional por lo que resulta altamente competitivo y atractivo para las empresas. Aquí radica un importante valor agregado de The Code: permite también a las pequeñas y medianas empresas posicionarse en un nivel internacional junto a grandes y conocidas cadenas, por lo que tienen acceso a una visibilidad que trasciende el plano nacional. Además, cuenta con un sistema de monitoreo que es reconocido por las empresas y que les permite mejorar año con año mediante la selección de los “Top Members”, si bien consideran que esperan de The Code mayor retroalimentación técnica.

Por otra parte, se mencionó que contar con un código obligatorio puede traer consigo limitaciones para fiscalizar su cumplimiento por parte de las autoridades públicas, ya que se requiere de suficiente personal, recursos materiales y presupuesto con el que no todos los países cuentan. El personal es necesario para el seguimiento a la implementación y para proporcionar retroalimentación a los informes de cumplimiento, algo que valoran las empresas y que señalan que no siempre reciben. Cabe señalar que la limitación para fiscalizar la implementación también puede estar presente en los casos de los códigos voluntarios ya que este carácter no inhibe al Estado de velar por su efectividad.

Al respecto, es necesario mencionar que, en general, **las instituciones responsables de las políticas del sector turístico no cuentan con recursos suficientes para supervisar el cumplimiento de los códigos de conducta en viajes y turismo** (GARA, 2020). Sin embargo, existe una obligación derivada de la Convención sobre los Derechos del Niño y de las normas jurídicas nacionales que se han generado a partir de su ratificación, que establece la responsabilidad primaria del Estado de garantizar el cumplimiento de los derechos de las niñas, niños y adolescentes en cualquier ámbito en

que se desarrollen. La carencia de recursos para asegurar su cumplimiento no puede constituir nunca un argumento para omitir esta responsabilidad, como tampoco para delegarla a otros actores o sectores. Sin embargo, sí es posible recurrir al apoyo de la sociedad civil - aunque también deberá dotársele de los recursos necesarios para realizar esta función - y de la cooperación internacional, con el fin de apoyar los esfuerzos estatales para garantizar el respeto de los derechos de las niñas, niños y adolescentes en este ámbito.

PARA ELABORAR ESTOS CÓDIGOS EN OTROS PAÍSES, DEBEN CONSIDERAR SI SERÁ VOLUNTARIO U OBLIGATORIO; SI ES SOLO FIRMAR Y YA O SI VAN A DESARROLLAR METODOLOGÍAS O PROCESOS PARA GARANTIZAR QUE HAYA DETECCIÓN Y CANALIZACIÓN DE SITUACIONES DE RIESGO.

Claudia García, Directora de Promoción y Transversalización de Género, Secretaría de Turismo, México.

CAMBIOS EN LA FORMA DE HACER NEGOCIO

En Colombia y México, mediante la adscripción a The Code y a los códigos nacionales (voluntarios y obligatorios), las empresas se hacen más visibles en términos de responsabilidad, ya que son reconocidas por **apostar a un turismo sostenible y que no tolera la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes**: pasan de “temas tabúes” a que unas normas de comportamiento se conviertan en una ventaja competitiva. Esto hace que las personas que se hospedan se sientan más confiadas ya que sus hijos e hijas – y otros niños, niñas y adolescentes - están en un lugar seguro.

Todas las empresas coincidieron en señalar que formar parte de estos códigos genera un sentimiento de orgullo entre las personas colaboradoras de las empresas, al saber que mediante su trabajo pueden prevenir estos graves delitos y proteger a los niños, niñas y adolescentes.

En Colombia, además, bajo el liderazgo de la Fundación Renacer se ha promovido **el modelo de “Entorno Protector”**⁶ en varias regiones, cuya finalidad es garantizar que las comunidades y todos los actores sociales presentes en ellas, se comprometan en la protección de las niñas, niños y adolescentes frente a la explotación sexual. Las empresas turísticas son invitadas a sumarse a la construcción de estos entornos protectores y al respecto señalan que se han sentido parte de una estrategia de ciudad donde se ha dado una adecuada articulación entre lo público y lo privado, trascendiendo la iniciativa individual y vinculándose con las comunidades locales donde operan.

6 La experiencia de implementación del modelo de “Entorno Protector” recogida en el estudio de caso: ECPAT Internacional (2023). [Un modelo para prevenir la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo. Estudio de caso de Colombia y experiencias de Costa Rica.](#)

DESAFÍOS Y PRINCIPALES APRENDIZAJES

Las personas entrevistadas para este estudio, ya sea que se tratara de representantes de empresas suscriptoras de un código voluntario (nacional o internacional) u obligatorio, autoridad pública o representantes de la sociedad civil coincidieron en señalar como principales desafíos y aprendizajes, los siguientes:

DESAFÍOS

- **La adaptabilidad de los códigos nacionales a los avances tecnológicos** debido a que inciden en la forma en que se desarrollan las operaciones (por ejemplo, el chequeo digital) y que pueden hacer más compleja la labor de identificación de casos de explotación sexual, así como de agresores y explotadores sexuales.

CUANDO SE DAN CHARLAS AL PERSONAL PARA IDENTIFICAR CASOS DE ABUSO Y EXPLOTACIÓN, SE LE ACTIVAN MÁS ALARMAS, ESTÁN MÁS CONCIENTES DE POSIBLES CASOS.

Alma Tesillos, Directora de Responsabilidad Social Corporativa para América, RIU Hotels & Resorts, México.

- **La respuesta institucional oportuna por parte de las autoridades policiales y judiciales cuando los casos son denunciados.** Cuando se trabaja desde un enfoque de “entorno protector” un aspecto medular lo constituye, precisamente, el cumplimiento de las obligaciones del estado.
- **El seguir contando con recursos** para continuar con los procesos de sensibilización y de capacitación tanto presenciales como virtuales, ya se trate de iniciativas estatales –por parte de las entidades encargadas de turismo- o de organizaciones privadas –como vendrían a ser, entre otros, los Representantes Locales del Código como ECPAT-México y Fundación Renacer. Esta

constituye además una prioridad por el impacto de estos procesos en el cambio de actitudes y prácticas en las personas y por los frecuentes cambios de personal que pueden darse, los cuales demandan procesos sistemáticos de capacitación.

- En el ámbito privado cobra relevancia la **sostenibilidad de The Code** mediante los aportes de las empresas que, en tiempos de pandemia, se vieron disminuidos por las dificultades que enfrentó el sector de viajes y turismo. El costo de la membresía, sin embargo, no fue señalado como un obstáculo para ser miembro de The Code, ya que este se determina en función de las ganancias de las empresas.
- **Un mayor posicionamiento del Código de Conducta** nacional voluntario de México y de The Code tanto en Colombia como en México, de manera que un cliente pueda elegir un hotel porque cumple con determinados estándares. Esto exige una labor más amplia de divulgación sobre la existencia de estos mecanismos.

APRENDIZAJES

- **Existe un valor agregado en generar códigos de conducta nacionales** para la protección de las niñas, niños y adolescentes y hacerlos voluntarios u obligatorios. Aparte de reflejar los esfuerzos de los países por cumplir con los compromisos de protección hacia esta población, permite llegar a un número mayor de empresas estableciendo un estándar nacional de normas de conducta que deben seguir todas las personas que laboran en las empresas del sector de viajes y turismo, incluida su cadena de valor.
- **En el caso de los códigos nacionales obligatorios**, si bien es deseable que todas las empresas no solo cuenten, sino que implementen un código de conducta, esta realidad encuentra una limitación en los recursos del Estado para asegurar su cumplimiento y dar retroalimentación. Por su parte, **la voluntariedad conlleva a una limitada adhesión** a los códigos aun contando con políticas de estímulo. La contribución desde la sociedad civil y de la cooperación internacional resulta fundamental en ambos casos para promover la adopción de los códigos de conducta y apoyar al Estado en su implementación.
- **La sociedad civil juega un importante papel** de promoción de The Code mediante los Representantes Locales del Código, como iniciativa que complementa los esfuerzos de los códigos nacionales y que les permite proyectarse en un nivel internacional, aunque también tienen limitaciones relacionadas con sus capacidades en términos de recursos humanos y financieros.
- **El apoyo que se brinde desde los niveles gerenciales hace la diferencia en la apropiación del personal de los códigos de conducta nacionales y de The Code** y su efectiva implementación en las empresas del sector turístico.
- **Es indispensable que las instituciones encargadas del turismo desarrollen o promuevan herramientas prácticas** que orienten y apoyen a las empresas a cumplir con los criterios o directrices de los códigos nacionales, para asegurar que los códigos se implementen con altos estándares que resultan en la mejora de la protección de las niñas, niños y adolescentes frente a todas las formas de explotación.

ECPAT INTERNATIONAL: LLAMADO A LA ACCIÓN

Considerando las implicaciones y los desafíos en la aplicación de los códigos nacionales voluntarios y obligatorios y The Code, no existe una medida que se adapte a cada país ni una solución única. Es importante destacar que se **debe implementar una combinación inteligente de medidas obligatorias y voluntarias en cada país, centrándose en su eficacia e impacto para mejorar la prevención y la respuesta para poner fin a la explotación sexual de las niñas, niños y adolescentes** y otras formas de violencia. Tal combinación de medidas debe centrarse en la capacidad y la colaboración de todos los actores implicados, sector público y privado, entre otros, para traducir los compromisos y las políticas en marcos viables. En esta perspectiva ECPAT International recomienda que:

- **El sector de viajes y turismo – tanto público como privado - trabaje junto a la sociedad civil** (incluido los Representantes Locales del Código) en la implementación de los códigos de conducta nacionales e internacional The Code, motivando a las empresas miembros a sumarse a la **construcción y fortalecimiento de los entornos protectores**⁷ de la niñez y la adolescencia.
- **El sector privado debe priorizar la implementación de los marcos** estratégicos más eficientes (nacionales o internacionales) para cumplir con las responsabilidades establecidas en los Principios Rectores de las Naciones Unidas para las Empresas y los Derechos Humanos y en los Derechos del Niño y los Principios Empresariales, para promover y respetar los derechos de las niñas, niños y adolescentes en su operaciones comerciales y cadenas de suministro, a la vez que aborda los impactos y riesgos relacionados con la explotación sexual. Esta acción requerirá de consultas con las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en las comunidades locales con niñas, niños y adolescentes.
- **Los gobiernos no cesen en el apoyo financiero y de recurso humano para fiscalizar la implementación de los códigos nacionales**, así como para brindar asesoría técnica a las empresas que lo requieran para su cumplimiento; incluir la implementación de estos códigos en las políticas nacionales, allí donde no sea obligatorio y desarrollar y aplicar herramientas de evaluación y medición de impacto en todos los casos.
- **A los gobiernos y al sector privado, se recomienda establecer y promover soluciones que aborden las tendencias emergentes en la industria de viajes y turismo**, mejorando las medidas de protección hacia las niñas, niños y adolescentes como parte de los riesgos e impactos hacia las niñas, niños y adolescentes relacionados con la transformación digital de la industria y el turismo comunitario. Esto incluye el conocimiento y la implementación de la política de volunturismo de The Code, para abordar los riesgos hacia las niñas, niños y adolescentes que esta práctica puede generar y desarrollar acciones preventivas.

7 ECPAT International (2023). Estudio de caso de Colombia y experiencias de Costa Rica. Un modelo para prevenir la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo.

- Tras varios años de implementación de ambas modalidades de códigos de conducta nacionales – voluntarios y obligatorios – que muchas veces coexisten con The Code de manera complementaria, **resulta pertinente desarrollar un proceso de evaluación más amplio para determinar en qué medida se están cumpliendo sus objetivos y si es del caso, proponer mayores correctivos y mejoras.** Los gobiernos nacionales y ECPAT International junto con los Representantes Locales del Código podrían trabajar conjuntamente en esta línea.



REFERENCIAS

ECPAT International (2023). Estudio de caso de Colombia y experiencias de Costa Rica. Un modelo para prevenir la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo.

ECPAT International (2020). THE AMERICAS: First overview on child protection standards to make travel and tourism free from sexual exploitation, at www.ecpat.org/codes-of-conduct-to-preventchild-sexual-exploitation-in-tourism

ENTREVISTAS REALIZADAS

COLOMBIA:

Aramendiz, E. (2023). Representante Legal, Hotel El Prado.

Bohórquez, N. (2023). Presidenta Ejecutiva Corporación Turismo Cartagena de Indias.

Cortez, M.C. (2023). Directora de Gestión de Destino, Corporación Turismo Cartagena de Indias.

Lemaitre, C.S. (2023). Directora Asociación Hotelera Colombiana.

MÉXICO:

Cabrera, H. (2023). Director General del Sistema Integral de Transporte Masivo de Hidalgo.

Castro, S. (2023). Director de Calidad, Cancún Sailing.

García, C. (2023). Directora de Promoción y Transversalización de la Perspectiva de Género, Secretaría de Turismo.

Gutiérrez, O. (2023). Directora Jurídica Grupo Posadas.

Moreno, Y. (2023). Jefe de Oficina, del Sistema Integral de Transporte Masivo de Hidalgo.

Tesillos, A. (2023). Directora de Responsabilidad Social Corporativa para América, RIU Hotels & Resorts.



328/1 Phaya Thai Road,
Ratchathewi, Bangkok,
10400, Thailand

Telephone: +662 215 3388
Email: info@ecpat.org
Website: www.ecpat.org

For more information :

