

ARTÍCULOS

TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE: ANÁLISIS DEL PANORAMA NORMATIVO Y CONVENCIONAL INTERNACIONAL BAJO LOS CRITERIOS DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES (RSO)

Fernando Navarro García*

Resumen: El turismo es un sector fundamental de la economía mundial, en especial en lo que se refiere al comercio internacional de servicios. Por esta razón la gestión del turismo impacta no solo en las condiciones de los destinos sino también en las comunidades de acogida y en el futuro de los ecosistemas, las regiones y las naciones implicadas en la actividad turística. Las actividades turísticas afectan a otros sin que estos paguen por ellas o sean compensados. En otras palabras, y empleando la terminología económica, la gestión del turismo produce externalidades que pueden ser positivas o negativas. Para que el turismo pueda contribuir positivamente al desarrollo sostenible es necesario que sea gestionado con criterios de responsabilidad social (RS). Desde finales de los años ochenta del siglo pasado, y muy especialmente tras la celebración de la Conferencia de Río en 1992, numerosas organizaciones internacionales y estudiosos de numerosos países han estado trabajando para llegar a acuerdos, normas y convenciones y también para concretar indicadores tangibles adaptados a las necesidades concretas de gestión turística sostenible (OMT, 2005:12). En el siguiente artículo analizaremos el vínculo existente entre la ética de las organizaciones y su responsabilidad social y el turismo sostenible y finalmente repasaremos el variado panorama normativo y convencional que sirve de referencia y pauta para la aplicación de políticas concretas de turismo socialmente responsable y sostenible.

Palabras clave: OMT, turismo sostenible, turismo responsable, ODS, ONU, RSC, RSE, RSO, Pacto Mundial, Ética de los negocios, informe Brundtland, indicadores.

Abstract: Tourism is a fundamental sector of the world economy, especially with regard to international trade or services. For this reason, tourism management impacts not only the conditions of the destinations but also in to the host communities and in the future of the ecosystems and regions of those countries involved in to the tourist activities. Tourism affect others without them paying for the morbeing compensated. In other words, and using economic terminology, tourism management produces externalities that can be positive or negative. With the aim of having a positive contribution of tourism to sustainable development, it must be managed with criteria of social responsibility (SR). Since the late eighties of the last Century, and especially after the Rio Conference in 1992, a widerange of international organizations and scholars from many countries have been working to reach agreements, rules and conventions and also to specify tangible indicators adapted to the specific needs of sustainable tourism management (UNWTO, 2005: 12). In the follow ing article we will analyze the link between the ethics of organizations and their social responsibility and sustainable tourism and finally we will review the varied normative and convention all and scape which are a reference and guide lines for the implementation of specific policies of social responsible and sustainable tourism.

Key words: WTO, sustainable tourism, responsible tourism, SDO, UN, CSR, global compact, business ethic, Brundtland report, indicators.

* Director del *Instituto de Estudios para la Ética y la Responsabilidad Social de las Organizaciones (INNOVAÉTICA)*. Codirector del posgrado de la UNED *Gestión por valores y liderazgo* y profesor invitado en diversas instituciones académicas.

I. MARCO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES

La responsabilidad social de las organizaciones (RSO) es definida como la integración voluntaria por parte de las organizaciones de las preocupaciones sociales en su estrategia de negocio o fin social. Desde hace años la RSO (1) está consolidada como un nuevo paradigma organizacional que pivota entre el compromiso voluntario (ética) y la estrategia (rentabilidad, activos intangibles o logro de los fines sociales). En consecuencia, las empresas y las organizaciones tienen y aplican una determinada ética. La RSO se funda en la afirmación de que las empresas y las organizaciones en general, en la medida en que actúan libre y voluntariamente y están integradas por la suma de diferentes personas que viven en una sociedad con una determinada conciencia tienen también ética. Por eso también las organizaciones pueden construir un *carácter* (que es una de las cosas para las que sirve la ética) mediante la adopción de hábitos (buenos o malos). Para promover el buen carácter, las buenas prácticas, las empresas desarrollan reglamentos internos y pautas de conducta que ayudan a sus trabajadores a tomar decisiones morales. Son, por lo tanto, entes responsables y como tales están obligadas moralmente a responder de sus actos u omisiones (NAVARRO, GARCÍA-MARZÁ, 2009). La responsabilidad social implica libertad de elección (2) y compromiso voluntario con los *stakeholders* o grupos de interés que según la definición más aceptada son todas aquellas personas u organizaciones que “afectan o son afectadas por las decisiones de una empresa” (FREEMAN,

1984:24). Nótese que los grupos de interés no son únicamente figuras pasivas que son afectadas por las decisiones empresariales, sino que también pueden afectar directamente a las decisiones de una empresa u organización (por ejemplo, tomando decisiones de compra sobre la base de criterios socialmente responsables).

Se ha criticado mucho el principio de voluntariedad de las políticas de RSO, pues parece que una mera declaración pública de intenciones (códigos éticos o memorias de sostenibilidad) no es suficiente si no se esperan consecuencias derivadas de su incumplimiento. La ética podría ser sustituida por la cosmética. Aunque sigue abierto el debate entre los diferentes *stakeholders* para que se regule legalmente la RSO (3), en España el debate quedó aclarado con el Informe de la Subcomisión Parlamentaria de RSE en donde se establecía que la RSE debía ser voluntaria, aunque se recomendaba la autorregulación sectorial para afrontar problemas y preocupaciones propios de la industria.

El escenario en el que se mueven las empresas, y muy especialmente cuando actúan en destinos menos adelantados, ha estado en cambio permanente durante los últimos años. El proceso de globalización, entendido en su sentido más amplio (transporte, comercio, información y valores), ha transformado la relevancia social de las empresas y otras organizaciones, aumentando su poder y, por tanto, su responsabilidad.

Los límites estatales de la regulación jurídica extraterritorial, junto con la rapidez de los cambios y la incertidumbre y riesgo

de todo cálculo, han motivado que la Sociedad Civil recupere la fuerza de antaño y su capacidad para influir y modificar su entorno económico y social. En este sentido, la empresa – también la empresa turística como veremos- ha visto como se ampliaban las demandas y expectativas sociales depositadas en ella. Desde la calidad y seguridad de sus productos, hasta la conservación y mejora del medio ambiente, pasando por la participación en el desarrollo económico y social de los países en los que opera, por poner algunos ejemplos, forman parte de lo que los ciudadanos, la opinión pública, espera de una empresa. Estas expectativas son parte de su responsabilidad (GARCÍA-MARZÁ, 2004).

Existe un claro consenso en cuanto a los ejes temáticos de la RSO, que se basa en las expectativas sociales sobre los derechos humanos, los derechos socio laborales, los derechos medio ambientales y la transparencia. Cuando dichos ejes se alinean con la rentabilidad económica a largo plazo se habla de sostenibilidad. Según la OMT (2004:12) los criterios de sostenibilidad aplicados al turismo deben garantizar un uso óptimo de los recursos naturales (eje medioambiental), respetar la autenticidad sociocultural de las sociedades anfitrionas (derechos humanos) y asegurar unos beneficios socioculturales para todas las partes afectadas (derechos socio laborales).

El protagonismo actual de la RSO responde al cambio que se ha producido en la visión de la empresa, cuando el beneficio económico no es dissociable del beneficio social y ecológico, viéndose en esa integra-

ción una de las claves para la competitividad de las empresas.

En nuestro entorno, la Unión Europea ha sido uno de los factores decisivos para este cambio de posición. Desde los orígenes en 2001 con el *Libro Verde* presentado por la Comisión Europea y titulado *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, la UE ya partió de estas premisas: “*Integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores*” (COMISIÓN EUROPEA, 2001).

La *Estrategia Europea de RSE 2011-2015*, adoptada en Comunicación de la Comisión Europea (2011), no hizo más que ampliar y concretar el ámbito de actuación de la RSE y el compromiso de las administraciones públicas para promoverla. Esta Estrategia RSE 2011-2015 se remitió a su definición original de la RSE (‘integración voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y medioambientales a sus actividades comerciales y a sus relaciones con sus grupos de interés’) aunque ampliando el concepto original de la RSE como ‘la responsabilidad de las empresas sobre los efectos que ejercen en la sociedad’. Para asumir dicha responsabilidad ‘es necesario que las empresas respeten la legislación vigente y las convenciones colectivas acordadas entre los diversos interlocutores sociales’.

Recientemente, y como avance muy importante en la aplicación práctica de la

RSO, la *Directiva 2014/95/EU* del 22 de octubre de 2014 (4) estipula que las empresas de interés público con más de 500 empleados están obligadas a partir de 2017 a proporcionar información sobre cuestiones ambientales, sociales y laborales (información no financiera). Además, estas empresas tendrán que informar sobre sus prácticas concretas en relación a la promoción de los derechos humanos o la lucha contra la corrupción (5). La *Directiva 2014/95* viene a consagrar en el ámbito de UE la relevancia de los *informes de sostenibilidad*, tal y como recomendaba Conferencia «Río +20» de las Naciones Unidas (6) (RIO+20, 2012:9).

Sin embargo, y por más que exista un claro impulso político de la RSO, no hay duda de que la característica básica de la responsabilidad es su asunción voluntaria por parte de las empresas. Esa integración voluntaria (que diferencia radicalmente la ética de la ley, que es siempre obligatoria) se sostiene sobre la base del diálogo social como plataforma para “reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todos ellos” (COMISIÓN EUROPEA, 2001). El diálogo social va a tener que pasar necesariamente por la negociación con distintos grupos de interés (*stakeholders*), entre los que tendrá una posición preponderante la Sociedad Civil que, recordémoslo, también es consumidora de bienes y servicios. Sin embargo, los mecanismos de diálogo y comunicación no serán los mismos en todos los países y tendrán que adaptarse a los distintos contextos sociopolíticos y culturales en los que interviene la empresa y en los que sus grupos de interés no tienen los mismos códigos de comunicación, ni la misma legitimidad,

ni el mismo poder negociador, ni la misma libertad, ni necesariamente comparten los mismos valores que tienen sus *stakeholders* en los países más desarrollados en los que suele estar radicadas las grandes empresas matrices. Es evidente que la valoración e interpretación (amplia o estrecha) de los Derechos Humanos, de los roles de género, de la libertad religiosa o de la corrupción no es la misma cuando se plantea en una democracia consolidada que cuando se valora en un país que acaba de pasar por un conflicto bélico y en el que sus órganos políticos, económicos o judiciales son todavía frágiles e inestables. En estos contextos complejos es cuando la empresa va a tener que realizar un esfuerzo suplementario para elevar los niveles de respeto de los grandes bloques de “derechos” promovidos por la RSO: los Derechos Humanos, los derechos socio laborales, los derechos medioambientales y la transparencia y el buen gobierno (NAVARRO, GARCÍA-MARZÁ, 2009).

La RS aparece en todas las agendas públicas y privadas; sobre todo desde finales de los años noventa en los que recibió un gran impulso político en los países más desarrollados y a través de distintos organismos multilaterales (UE, OCDE, NNUU y OIT).

Desde sus primeros pasos en 2001, el objetivo de la UE no fue otro que llevar a cabo una estrategia a medio y largo plazo para convertir a la Unión Europea en “*la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con una mayor cohesión social*” (COMISIÓN EUROPEA,

2001). No sería coherente contar con criterios de crecimiento social distintos según las empresas actúen en el territorio de la UE o en terceros países. Cuando aplicamos este criterio de coherencia al turismo, se percibe aún más claramente si medimos con el mismo rasero al turismo de destino y el turismo de origen, en donde el choque cultural y de valores puede ser muy importante. En este sentido la RSO es una herramienta esencial para alinear el beneficio económico de las empresas con el desarrollo social sostenible en los países y regiones menos desarrolladas en las que operan.

A nivel internacional, la OCDE en sus *Líneas Directrices para Empresas Multinacionales* entiende la responsabilidad como un elemento clave para la búsqueda de nuevas oportunidades para la empresa (OCDE, 2013). Una vez más, y desde un importante

organismo multilateral, se destaca la idea de que la responsabilidad es uno de los factores más importante para hablar de *competitividad*. Precisamente esa relación directa que existe entre políticas coherentes de RSO e internacionalización y competitividad económica de las empresas debería suponer una mayor colaboración y coordinación entre los actores socioeconómicos y sociales, públicos y privados; tales como Ministerios, ICEX, AECID, Cámaras de Comercio, asociaciones patronales, ONG, sindicatos etc. (NAVARRO, 2012).

El impulso político de la RSO fue enormemente potenciado por el *Pacto Mundial* de Naciones Unidas (2001) cuyos 10 principios han sido la inspiración de numerosos instrumentos, sistemas de información y convenciones posteriores, las más relevantes de las cuales recogemos en el cuadro 1.

Cuadro 1
Normas y sistemas de gestión de derechos humanos para empresas

MARCO NORMATIVO	TIPO DE REGULACIÓN	ÁMBITO	ORGANISMO
Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)	Convención internacional (en toda situación)	Derechos Humanos	Naciones Unidas
Convenciones de Ginebra	Convención internacional (en situación de conflicto)	Derecho Internacional Humanitario	CICR
Pacto Mundial	Principios voluntarios	Derechos Humanos y empresas	Naciones Unidas
Principios Ruggie	Principios voluntarios	Derechos Humanos y empresas	Naciones Unidas
Orientaciones Amnistía Internacional para Empresas Multinacionales	Marco normativo voluntario	Derechos Humanos y empresas	Amnistía Internacional
Líneas Directrices para Empresas multinacionales	Marco normativo voluntario	Derechos Humanos y empresas	OCDE

Cuadro 1 (continuación)
Normas y sistemas de gestión de derechos humanos para empresas

MARCO NORMATIVO	TIPO DE REGULACIÓN	ÁMBITO	ORGANISMO
Normas sobre la responsabilidad de las empresas transnacionales en la esfera de los Derechos Humanos	Marco normativo voluntario	Derechos Humanos y empresas	CESNU
Estrategia Europea de RSE 2011-2014	Guía u orientación voluntaria	Política de la UE en materia de RSE. Incluye DDHH	Comisión Europea
Líneas directrices para multinacionales	Marco normativo voluntario	Derechos Humanos y empresas	International Business Leaders Forum
Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)	Guía u orientación voluntaria	Derechos Humanos y empresas	NNUU
Normas para empresas del Instituto Danés de Derechos Humanos	Marco normativo voluntario	Derechos Humanos y empresas	Danish Institute for Human Rights
Guidelines for Employment and Skills Training in Conflict-Affected Countries	Guía u orientación voluntaria	Derechos Humanos y empresas	OIT
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Guía u orientación voluntaria	Derechos Humanos y empresas	NNUU
Convenios OIT	Convención internacional	Derechos Socio laborales	OIT
Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social	Guía u orientación voluntaria	Derechos Socio laborales	OIT
Declaración relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo	Convención internacional	Derechos Socio laborales	OIT
SA 8000	Certificación voluntaria de gestión de la RSC	Derechos Socio laborales	Norma privada
AA 1000	Certificación voluntaria de gestión de la RSC	Todos los ámbitos de la RSC	Norma privada
OSHAS 18000	Certificación voluntaria de gestión de la RSC	Derechos Socio laborales	Norma privada
Ethical Trading Initiative (ETI)	Certificación voluntaria de gestión de la RSC	Derechos Socio laborales	Norma privada

Cuadro 1 (continuación)

Normas y sistemas de gestión de derechos humanos para empresas

MARCO NORMATIVO	TIPO DE REGULACIÓN	ÁMBITO	ORGANISMO
Memorias de sostenibilidad GRI - Global Reporting Initiative	Sistema de Reporting verificable	Todos los ámbitos de la RSC	GRI
SI 10000 Social Responsibility and Community Involvement	Certificación voluntaria de gestión de la RS	Todos los ámbitos de la RSC	Norma privada y local (Israel)

FUENTE: Elaboración propia (2017).

Sin embargo, y a pesar de este amplio panorama normativo y convencional de carácter mayoritariamente voluntario, la RSO corre el riesgo de quedar reducida a mera cosmética de marketing publicitario si no definimos en qué consiste esa responsabilidad y cómo podemos medirla y evaluarla. No basta con declarar que las organizaciones deben ser responsables y sigue siendo muy necesario concretar esa responsabilidad pues es la reputación de la empresa lo que está en juego y, con ella, la confianza y el respaldo de los diferentes grupos de interés que la componen. Las “crisis de confianza” y las “crisis de valores”, suelen preceder a las crisis económicas. Sin confianza las empresas pierden su “legitimidad social” (GARCÍA-MARZÁ: 2004) o su “Licencia para Operar” (NAVARRO: 2012), un activo crucial no solo para su supervivencia sino para un crecimiento sostenible.

Escribió Ortega y Gasset que la palabra amor al no existe, pues toda conducta humana, así como las instituciones que estructuran la sociedad, son posibles gracias a normas. Lo que sí existe, por supuesto, es la conducta inmoral, el no cumplir las normas y, con ellas, las obligaciones que tenemos

frente a los derechos y expectativas de los demás (ORTEGA Y GASSET, 1999). La mayoría de estudios recientes sobre RSC parecen coincidir en que el mito de la empresa amor al no hace tiempo que ha pasado a la historia, aunque todavía continúe siendo defendida por actores de la realidad empresarial o intelectual (COMPTE-SPONVILLE, 2004).

Desde el momento en que utilizamos también nuestro lenguaje moral para referirnos y valorar a las empresas y organizaciones (“es una empresa *corrupta*”, “es una buena empresa, *me fío* de ellos”, “es una consultora *poco transparente*”, “*desconfío* de esa ONG”, “tienen muy buenas prácticas en su política de RRHH”, etc.) es evidente que esa responsabilidad no es sólo individual, sino que es exigible también a las empresas. Desde el momento en que los resultados no se atribuyen a un solo individuo, desde el momento en que nos encontramos con un “carácter” o “modo de ser” empresarial o sectorial, es la empresa la que debe dar razones, la que debe responder. Es en estos casos cuando hablamos de *responsabilidad organizacional*.

La empresa, como cualquier otra institución social, no es un organismo “natural” en el sentido en que puede subsistir independientemente de los fines o metas por las que han sido creados. Son organizaciones creadas por las personas para unos fines determinados, fines o bienes que directa o indirectamente son sociales, en el sentido en que “crean y distribuyen riqueza e integran socialmente a los ciudadanos” (SUBCOMISIÓN PARLAMENTARIA RSC, 2007). Es en este sentido en el que se considera factible y coherente el impacto de la empresa en el desarrollo no solo económico, sino también social y político en países o regiones menos desarrolladas: la creación de riqueza y la integración laboral como factores de “construcción de paz y desarrollo” (NAVARRO, GARCÍA-MARZÁ, 2009). En consecuencia, si el objetivo de la empresa es la satisfacción de determinados intereses sociales, cuando la institución no cumple esos fines sociales, pierde su razón de ser ante la sociedad y se “desmoraliza”. Va destruyendo progresivamente su credibilidad y, a la larga, desaparece (CORTINA ET AL, 2000).

La empresa requiere siempre el respaldo y la confianza de sus *stakeholders*, esto es, de todos aquellos que se encuentran implicados en su actividad, de aquellas personas o grupos que “*afectan o son afectados por sus decisiones*” (FREEMAN, 1984: 25). De ahí que la responsabilidad de la empresa pueda ser entendida simbólicamente como una especie de contrato moral (GARCÍA-MARZÁ, 2004) en el que tenemos, por una parte, la empresa como organización en la que confluyen determinados intereses, no necesariamente antagonicos pero sí muchas

veces conflictivos y por otra tenemos a la sociedad que espera de la empresa una serie de bienes o servicios que son los que, justificarán el uso de los recursos y la distribución asimétrica de cargas y beneficios que caracteriza a cualquier tipo de estructura empresarial. Unos bienes que, recordémoslo, no se reducen al beneficio económico sino que también incluyen otros valores relacionados con el medio ambiente, los derechos humanos y socio laborales y la transparencia en la gestión.

En la actualidad estamos en un periodo de transición entre el discurso teórico de la RSO y su aplicación práctica, bien sea a instancias del impulso público o por propia decisión de los actores socioeconómicos que tratan de responder a una creciente demanda social de responsabilidad y transparencia. No existen todavía indicadores claros que permitan medir el impacto de las políticas de RSO en el entorno más inmediato de la empresa (rentabilidad, reputación, retención y fidelización, etc). La falta de indicadores es todavía más preocupante cuando tratamos de evaluar el impacto de las empresas en terceros países (el sector turístico es un ejemplo paradigmático); especialmente en aquellos con altos índices de pobreza, desigualdad y menos desarrollados que son los países prioritarios en la mayoría de agendas públicas de Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD).

II. EL TURISMO SOSTENIBLE Y SOCIALMENTE RESPONSABLE

El concepto de desarrollo sostenible se construye sobre la base del documento

“Estrategia Mundial para la Conservación” elaborado en 1980 por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF). Aquel fue el primer documento que integró conservación y uso sostenible de los recursos naturales y sentó las bases filosóficas y científicas del *Informe Brundtland* que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) de la ONU presentó ante la Asamblea General en 1987 y donde se emplea el término “Desarrollo Sostenible” en las tres dimensiones propias de la RSO: el crecimiento económico, la inclusión social y el equilibrio medioambiental. El *Informe Brundtland* define el Desarrollo Sostenible como “aquél desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Según el PNUD un destino turístico sostenible es “aquella unidad territorial de planificación y gestión delimitada geográficamente cuya visión de futuro se construye a partir de la participación activa de los actores sociales y cuyo compromiso fundamental está dirigido a la consecución de un modelo de desarrollo humano sostenible” (PNUD, 1994)

El año 2017 ha sido declarado por las Naciones Unidas como *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo* (7). Según la OMT (2017) “el Año Internacional aspira a sensibilizar a los responsables de tomar decisiones y al público en

general de la contribución del turismo sostenible al desarrollo, movilizándolo a la vez a todos los grupos de interés para que trabajen juntos para hacer del turismo un catalizador de cambio positivo”. En el contexto de la Agenda 2030 y los ODS, cuyo alcance es universal, el Año Internacional pretende fomentar un cambio en las políticas, las prácticas de empresa y el comportamiento de los consumidores para promover un sector turístico más sostenible. Para ello el *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo* hará hincapié en el papel del turismo en los siguientes cinco ámbitos clave (8):

1. Crecimiento económico inclusivo y sostenible
2. Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza
3. Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y cambio climático
4. Valores culturales, diversidad y patrimonio
5. Comprensión mutua, paz y seguridad

La Organización Mundial del Turismo (OMT) fue elegida para organizar este Año Internacional, en colaboración con los gobiernos, las organizaciones pertinentes del sistema de las Naciones Unidas, otras organizaciones internacionales y regionales y así como otros *stakeholders* relevantes.

Llama la atención en la definición de objetivos del Año Internacional el que la

OMT centre su atención exclusivamente en las empresas turísticas y en los consumidores, sin mencionar a otros actores sociales igualmente relevantes para el logro de los cinco ámbitos clave identificados. Aunque la previa alusión a la Agenda 2013 y a los ODS implica tácitamente la involucración de gobiernos, administraciones públicas, ONG, sindicatos, medios de comunicación, universidades y otros actores de la sociedad civil (no empresariales) creemos que habría sido deseable destacar ese enfoque *multistakeholder* desde la misma exposición de motivos.

Hemos visto en el epígrafe anterior que la RSO es más flexible y ágil que las leyes (con procesos de *positivación* a menudo muy largos) y cubre lagunas o insuficiencias legales que preocupan o impactan negativamente a la sociedad; pero en ningún caso la RSO puede sustituir al Estado o vulnerar sus leyes. El turismo sostenible para el desarrollo tiene como objetivo primordial promover la cooperación al desarrollo a través de buenas prácticas de gestión turística, tanto en países de destino como de origen. En el ámbito de la cooperación al desarrollo la RSO puede ser una herramienta de mejora de leyes internas o costumbres establecidas en un determinado país o región menos adelantada. Una gestión turística que se limite a cumplir con las leyes y reglamentos de un país no es propiamente una gestión responsable, sino legal (que es siempre una precondición de toda RSO coherente). Cumplir las leyes es un requisito necesario pero no suficiente para actuar con responsabilidad social (NAVARRO, GARCÍA-MARZÁ,

2009). La aplicación de políticas de RSO en diferentes países va a requerir un esfuerzo de adaptación al contexto: en países con leyes muy garantistas (lo que generalmente sucede en los países del Norte y más desarrollados) la RSO -si quiere “mejorar” esas leyes- deberá potenciar derechos de segunda o tercera generación, mucho más exigentes (conciliación de vida personal, equidad de género, energías renovables, etc.); mientras que en los países menos adelantados la RSO debería poner el acento en la promoción de derechos de primera generación (libertades básicas, derechos socio laborales de la OIT, trabajo infantil, apoyo a la gobernabilidad del país, educación para la paz, acceso a la educación, etc.). Sin embargo, esta especie de “injerencia ética” no será posible sin un proceso previo de comunicación y diálogo con todos los grupos de interés o partes interesadas. La RSO se fundamenta en la ética dialógica y en la razón comunicativa (HABERMAS, 2000; GARCÍA-MARZÁ, 2004), lo que excluye su imposición forzosa por parte de las empresas y otras organizaciones vinculadas al sector turístico. Como parte de ese proceso discursivo de diálogo será necesario realizar una sectorialización (sector turístico/país) basado en un enfoque *multistakeholder* en donde se incluya - siguiendo las recomendaciones de la profesora Elsa González - un mapa de *stakeholders* con sus posibles coaliciones así como su *poder, legitimidad y urgencia* (SICCHAR ET AL, 2003: 55-87).

Existen diversas razones para justificar la necesidad de un turismo socialmente responsable y sostenible:

II.1. Peso económico del sector supone también una responsabilidad social

Hemos visto en el primer epígrafe la correlación existente entre poder y responsabilidad, de tal modo que un sector como el turístico que representa más del 10% del PIB mundial es un sector que tiene una gran responsabilidad. El turismo sostenible pretende dar respuesta a esa responsabilidad.

La economía y el comercio son protagonistas de las relaciones internacionales y hoy en día nadie duda del peso económico del turismo a nivel mundial pues representa un 10,5% del PIB (los ingresos por turismo fueron de 693.000 millones de euros), un 12% del comercio internacional y emplea a más de 220 millones de personas. El turismo ha crecido a un ritmo del 5% anual y un 25% entre los años 1995 y 2005 (UNESCO/ETE: 3). El turismo ha sido en 2016 la primera industria del mundo, por delante incluso del sector petrolero o automovilístico. Según la OMT en 2014 se registraron 1.138 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supuso un crecimiento del 4,7% respecto a 2013 con un crecimiento anual constante del 3-4%. España fue en 2014 el segundo país del mundo en ingresos por turismo y el sector sigue jugando un importante papel en el crecimiento económico español (CUADRADO-ROURA Y LÓPEZ, 2014: 19-37)

Se trata, además, de un sector muy diversificado en mercados internacionales y con impacto directo en numerosos países menos adelantados.

II.2. Externalidades positivas y negativas del turismo

De las actividades turísticas se derivan multitud de externalidades positivas y negativas, especialmente para los países o áreas de destino (receptores de visitantes). Como consecuencias positivas se destaca el conocimiento de lugares y otras costumbres, el enriquecimiento personal, los intercambios culturales y la rentabilidad económica derivada de la generación de empleo y el aumento de ingresos. Como externalidades negativas, la degradación y transformación del medio natural, el agotamiento de recursos, el consumo de suelo, impactos en la orografía (recogida de rocas, incendios...), vegetación (recolección de plantas, deforestación,...), calidad del agua (contaminación de playas, ríos y acuíferos) o la calidad del aire (contaminación atmosférica y acústica). Además, el turismo impacta en el medio rural y urbano con la concentración/masificación de algunas zonas, la especulación, la pérdida de calidad paisajística, la sobrecarga de infraestructuras de luz o agua y la generación de residuos (CAÑIZARES, 2013: 70)

Sin embargo, y como contrapunto, existe una mayor concienciación ciudadana (consumidor turístico responsable) dispuesta a castigar o premiar ciertas prácticas. La búsqueda de experiencias viajeras ya está incorporando en grado creciente aspectos tales como la preocupación por el medio ambiente, la justicia social, la cultura local o el impacto en desarrollo socioeconómico local o regional de la actividad turística desarrollada (UNESCO/ETE:4). Y ello sin

considerar el llamado “turismo solidario” o “humanitario” promovido por algunas ONG como forma no solo de obtener recursos sino también de sensibilizar a la sociedad acerca de los problemas del desarrollo. Este cambio de actitud tiene un impacto directo en las actividades demandadas por el nuevo turista responsable: ecoturismo, turismo de “raíces” (culturas indígenas, etc), aventura, salud, etc.

II.3. Potencial del turismo para reducir la pobreza

La gestión del turismo sostenible y socialmente responsable cuando es desarrollada en contextos de pobreza o en países menos adelantados favorece el progreso socioeconómico, mejora la gobernanza, el empoderamiento de la sociedad civil y fortalece y promueve los procesos de paz y los Derechos Humanos, lo que lleva a afirmar a algunos autores (NAVARRO, GARCÍA-MARZÁ, 2009) que las políticas de RSO y sostenibilidad cuando son desarrolladas conjuntamente por actores socioeconómicos público-privados favorecen no solamente el desarrollo económico sino también la democracia, la construcción de paz y las libertades públicas. En palabras del Secretario General de NNUU, Banki-Moon (2015): “Con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas. Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo,

el turismo ofrece importantes oportunidades de subsistencia, con lo que contribuye a aliviar la pobreza e impulsar el desarrollo inclusivo (9)“

En la misma línea el preámbulo del *Código Ético del Turismo* de la ONU (2010) reconoce “la importante dimensión del turismo y su papel como instrumento positivo para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de todas las personas, la contribución que puede hacer al desarrollo sostenible, especialmente al de los países en desarrollo, y el papel vital que está adquiriendo para promover el entendimiento, la paz y la prosperidad en el plano internacional”. En su epígrafe 6 esta resolución de la ONU recomienda asimismo que “se extiendan los beneficios del turismo a todos los sectores de la sociedad, en particular a los grupos más vulnerables y marginados de la población, al tiempo que se minimizan sus repercusiones negativas”.

II.4. Imperativo moral derivado de la coherencia ética con un amplio espectro de normas, declaraciones y principios sectoriales de carácter internacional

El Código Ético de la OMT (1999) establece 10 artículos, cuyo contenido es una declaración expresa de principios que aunque son de aplicación voluntaria suponen un imperativo moral para los diversos actores, públicos o privados, del sector turístico, tal y como veremos en el siguiente epígrafe. Se entiende por coherencia ética la identidad entre lo declarado y lo realizado.

III. PANORAMA NORMATIVO INTERNACIONAL PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Existe una amplísima gama de principios, orientaciones y normativas internacionales (10) que afectan directamente a la gestión del turismo responsable y sostenible (cuadro 2). La inmensa mayoría de esas orientaciones, como veremos, son declaraciones de principios y recomendaciones de aplicación voluntaria. Paradójicamente tal profusión regulatoria de carácter voluntario, más que orientar la gestión turística sostenible lo que produce es una cierta confusión, pues el solapamiento de conferencias, declaraciones, principios, códigos éticos, indicadores y certificaciones no siempre es sencilla de entender y, sobre todo, de aplicar. Creemos que reto más importante que aún debe afrontar el sector es la aprobación de unos indicadores aceptados internacionalmente y eventualmente certificables.

Aunque este proceso de estandarización cuenta también con inconvenientes como la excesiva rigidez o la exclusión del proceso de valoración a las comunidades de destino (SANCHO, GARCÍA Y ROZO, 2007:3) no hay duda que la existencia de una certificación internacional omnicompreensiva de los grandes ejes del turismo sostenible sería un gran avance para su difusión y su exigencia por parte de diferentes grupos de interés (compradores, gobiernos, usuarios, ONG, etc). En España se han realizado en este sentido avances importantes, existiendo la norma certificable *Sistema de Turismo Responsable (STR)* (11) reconocido bajo la

marca BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM, basada en estándares aprobados en Conferencias Internacionales patrocinadas por la UNESCO, la OMT y con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo de España.

A continuación trataremos de analizar las principales herramientas existentes a nivel internacional, clasificadas de menor a mayor exigibilidad. Empezaremos repasando algunas de las principales declaraciones de principios y recomendaciones (meras instancias a los gobiernos y otros actores para que traten de integrarlos en sus leyes internas y practicas profesiones), para pasar después a los códigos de conducta (autorregulación de carácter voluntario pero con fuerza moral para el sector) y terminar finalmente revisando algunos planes de acción, indicadores y normas técnicas cuya aplicación práctica resulta más operativa al identificar o establecer planes de acción y objetivos concretos y mensurables.

III.1. Principios, declaraciones y recomendaciones

III.1.1. *La Carta Mundial del Turismo Sostenible (1995)*

Se trata de una de las orientaciones más significativas para la gestión del turismo sostenible y fue el resultado de la primera Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, organizada conjuntamente por la ONU, la OMT y la UE en Lanzarote en abril de 1995. La Carta establece 18 Principios orientados a crear una estrategia turística

mundial basada en el desarrollo sostenible. La Carta supuso un vínculo claro entre el turismo y la sostenibilidad, el uso racional de los recursos naturales y el desarrollo de comunidades locales en países o zonas menos adelantadas (OMT, 1995). En este sentido su primer objetivo y principio establece que “el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales”.

La Carta también afirma que “el turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos» (objetivo 2) y que “la actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales” (objetivo 3); la exigencia de “solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados» para contribuir al desarrollo sostenible” (objetivo 4); la necesidad de “impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo” (objetivo 10); “la promoción de formas alternativas de turismo, coherentes con los principios del desarrollo sostenible” (objetivo 12); la promoción de las energías renovables (objetivo 16) y de “códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad” (objetivo 17). La Carta, por último, subraya la importancia de apoyar desde instancias públicas los sis-

temas de gestión turística ambientalmente compatibles, los estudios de viabilidad y la incentivación de proyectos en el ámbito de la cooperación internacional (objetivo 14). En su resolución final, la Carta considera imprescindibles los llamamientos públicos a los gobiernos estatales y regionales para formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo en consonancia con los principios enunciados. También formaliza un Comité de Seguimiento de la Carta y de su Plan de Acción compuesto por instituciones y agencias internacionales.

III.1.2. La Declaración de Berlín (1997)

El 8 de marzo de 1997, y como resultado de la Conferencia Internacional de Ministros de Medio Ambiente sobre Biodiversidad y Turismo celebrada en Berlín, se aprobó la *Declaración de Berlín*. El objetivo de la declaración era adaptar al sector turístico el Convenio sobre la Diversidad Biológica (firmado en Río’92), razón por la cual en la declaración se manifiesta una clara preocupación por el “potencial de degradar el ambiente natural, las estructuras sociales y la herencia cultural” y plantea la urgencia de valorar y proteger la naturaleza y la diversidad biológica como base esencial para el desarrollo sostenible que implique a todos los grupos de interés. La declaración, a pesar de su concisión, tiene la virtud de establecer unos objetivos generales y otros específicos que profundizan en la elaboración de inventarios de actividades y atracciones turísticas, tomando en cuenta los impactos sobre

los ecosistemas y la diversidad biológica, la adecuada planificación, la utilización de medios de transporte benignos, el cuidado de las zonas especialmente sensibles, etc.

III.1.3. La Declaración sobre Turismo Responsable de Ciudad del Cabo (2002)

El interés de esta declaración es que está referida a los lugares de destino (receptores de turistas) y en ella se establece que el turismo sostenible busca “*crear mejores lugares para vivir y mejores lugares para visitar*”. El turismo responsable pretende, según la Declaración, “promover impactos positivos en el ámbito económico, social, cultural y ambiental”. La conferencia, en la que participaron 280 delegados de 20 países, terminó con el compromiso para las empresas turísticas de “adoptar un enfoque responsable, comprometerse a desarrollar prácticas específicas responsables y a informar de sus avances de forma transparente y auditable, y cuando fuera oportuno a usar tal información como una ventaja competitiva” (Cape Town, 2002: 3). Además la Declaración de Ciudad del Cabo establece el compromiso de “trabajar con otros grupos de interés para asumir la responsabilidad de lograr los componentes económicos, sociales y medioambientales del turismo responsable y sostenible”. La Declaración de Ciudad del Cabo, como vemos, tuvo además la virtud de asimilar los conceptos de “turismo sostenible” y de “turismo responsable” pues ambas categorías comparten los mismos ejes de respeto medioambiental, respeto a

los derechos humanos y respeto a los derechos socio laborales y la justicia social.

III.1.4. Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo (2002)

La Declaración fue aprobada en el marco del *Año Internacional del Ecoturismo* (2002) y bajo el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Asistieron a la Cumbre Mundial del Ecoturismo (Quebec, Canadá, 19 a 22 de mayo de 2002) más de un millar de participantes de 132 países, procedentes de los sectores público, privado y no gubernamental. El documento reconoce que “el ecoturismo ha liderado la introducción de prácticas de sostenibilidad en el sector turístico” y recoge 49 recomendaciones dirigidas tanto a empresas como a gobiernos, ONG y otros grupos de interés locales tales como las comunidades indígenas (recomendaciones 46 y 47).

III.2. Códigos Éticos

Un código ético es un documento que establece, sin tener obligación legal para ello (de ahí su carácter eminentemente voluntario) las reglas y principios que definen el sentido de una institución, un gremio o un sector, mediante orientaciones, pautas y puntos de referencia para su buen funcionamiento. Suelen denominarse de maneras muy diversas, tales como “Códigos de conducta”, “Códigos de buenas prácticas”; “Códigos de Buen Gobierno” o “Códigos Deontológicos” (NAVARRO, 2012).

III.2.1. *Carta del Turismo y Código del Turista (1985)*

Ambos documentos fueron aprobados en la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, reunida en Sofía (República Popular de Bulgaria), en su sexta reunión ordinaria, del 17 al 26 de septiembre de 1985. En la Carta se subraya la “importancia del turismo en la vida de los pueblos por sus efectos directos y positivos en los sectores sociales, económicos, culturales y educativos de las sociedades nacionales y de la contribución que puede aportar el turismo” y en el Código se declara que “Los turistas deberían favorecer, con su comportamiento, la comprensión y la amistad entre los hombres, en las esferas nacional e internacional, y contribuir así al mantenimiento de la paz” (artículo 10).

III.2.2. *El Código Ético Mundial para el Turismo (1999)*

El Código Ético Mundial para el Turismo fue aprobado por la Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile) el 1 de octubre de 1999 aunque tuvo que esperar hasta el año 2002 (febrero) para ser aprobado por Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas. El Código reconoce la función central y decisiva que tiene el turismo en el mundo, su impacto como “fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos”, y en el desarrollo económico mundial. En su preámbulo enfatiza la compatibilidad entre libre mercado y responsabilidad social que debería “promover un orden turístico mun-

dial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada” (OMT, 1999). El Código tiene una estructura muy sencilla y los 10 artículos que lo componen son los siguientes:

- I. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades
- II. El turismo es un instrumento de desarrollo personal y colectivo
- III. El turismo es un factor de desarrollo sostenible. Se trata de un artículo es muy relevante por la concreción que realiza en cuanto a obligaciones a las que se someten los diferentes actores del turismo (respeto al medio ambiente y los recursos naturales, crecimiento económico sostenido respetando incluso a las generaciones futuras, gestión responsable del agua y los desechos, gestión responsable del calendario vacacional para evitar congestiones y masificación, promoción del ecoturismo, etc)
- IV. El turismo es un factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad
- V. El turismo es una actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino. También este artículo establece muy claramente un marco ético cuya aplicación es imperativa: “Las políticas turísticas se organizarán de

modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades”. Asimismo se enfatiza la especial vulnerabilidad de ciertas zonas, tales como los litorales o las áreas rurales.

- VI. Obligaciones de los agentes de desarrollo turístico. El artículo establece un listado de obligaciones que, entre otras, exigen a los agentes la máxima transparencia en las cláusulas de sus contratos o responder de la seguridad de los turistas en ciertas circunstancias.
- VII. Derecho al turismo abierto a todos los habitantes del planeta
- VIII. Libertad de desplazamiento turístico
- IX. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico
- X. Aplicación de los principios del código ético mundial del turismo, en donde además se establece que los litigios derivados de la aplicación del código se someterán a conciliación ante el Comité Mundial de Ética del Turismo

En octubre de 2011 se aprobó el *Protocolo de Implementación del Código Ético Mundial del Turismo*, mediante la Resolución A/RES/607(XIX) de la Asamblea General de la OMT. Dicho protocolo supuso la validación del **Comité Mundial de Ética del Turismo** como organismo encargado de interpretar, seguir y evaluar la aplica-

ción del Código Ético Mundial del Turismo (existente en la OMT desde 2004).

III.2.3. Resolución de la ONU reconociendo el Código Ético Mundial del Turismo de la OMT (2010)

El 20 de diciembre de 2010, mediante Resolución 65/148 de la Asamblea General, la ONU reconoce “la importante dimensión del turismo y su papel como instrumento positivo para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de todas las personas, la contribución que puede hacer al desarrollo sostenible, especialmente al de los países en desarrollo, y el papel vital que está adquiriendo para promover el entendimiento, la paz y la prosperidad en el plano internacional” (ONU, 2010: 2). En esta Resolución la ONU “toma conocimiento del informe de la Organización Mundial del Turismo sobre la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo” y “acoge con beneplácito la labor de la Organización Mundial del Turismo y de su Comité Mundial de Ética del Turismo en pro de la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo en 1999”

III.3. Planes de acción, indicadores y estándares

III.3.1. La Agenda 21 (1996, 2001)

La participación en Río'92 de la OMT y la asunción de los acuerdos allí adopta-

dos (Programa 21) cristalizó en 1996 en la *Agenda 21 para la Industria de los Viajes y del Turismo*. La Agenda 21 fue visada en 2001 y en la misma se establecieron una serie de valores implícitos al turismo sostenible, instándose a una mayor colaboración entre gobiernos, empresas y ONG.

La Agenda 21 aún siguiendo la estructura de un código de conducta, establece sin embargo un Plan de Acción para la promoción del turismo sostenible, recomendando a las empresas el establecimiento de sistemas y procedimientos para incorporar a sus sistemas de gestión temas de acción prioritaria tales como la minimización de los desechos, la conservación y el control de la energía, el control del agua potable, de las aguas residuales, las sustancias peligrosas, el transporte, el control y explotación del suelo, la participación en asuntos medioambientales, el diseño para la sostenibilidad y las asociaciones de desarrollo sostenible (CAÑIZARES, 2013).

III.3.2. Indicadores de la OMT para el turismo sostenible (2005)

La Guía, elaborada por la Organización Mundial del Turismo, establece en su prefacio que “tiene por objeto ayudar a los administradores de empresas turísticas y de destinos, a sus socios y a otras partes interesadas a tomar mejores decisiones en el ámbito del turismo sostenible. La utilización de indicadores, se considera un instrumento fundamental para la mejora de la planificación y la gestión y su uso favorece la adopción de decisiones alineadas con las

principales declaraciones y principios de turismo sostenible (OMT, 2005). Algunas de las ventajas de contar con buenos indicadores son las siguientes:

- Mejora de la adopción de decisiones y disminución de los riesgos y costes
- Detección de los problemas emergentes y posibilidad de prevención
- Identificación de impactos, con posibilidad de adoptar medidas correctivas en caso de necesidad
- Evaluación de los resultados de la aplicación de planes y la realización de actividades de gestión, incluida la evaluación de los progresos realizados
- Reducción del riesgo de la comisión de errores en la planificación - determinación de los límites y las oportunidades. El uso de indicadores “constituye para los gestores turísticos un sistema de alerta temprana que avisan de los riesgos potenciales y transmiten señales sobre las medidas posibles que cabe adoptar”
- Mayor responsabilidad (social): el suministro de información fidedigna al público y otras partes interesadas del sector fomenta la responsabilidad (social) y su prudente utilización en la adopción de decisiones
- Una vigilancia constante puede permitir una mejora continua - incorporación de soluciones a la gestión.

Cuadro 2

Principios y orientaciones para la gestión del turismo responsable y sostenible (12)

AÑO	INSTRUMENTO	ORGANISMO	TIPOLOGÍA
1980	Declaración de Manila sobre Turismo Mundial, de 10 de octubre de 1980	OMT (Conferencia Mundial del Turismo)	Principios, declaraciones y recomendaciones
1985	Carta del Turismo y Código del Turista de Sofía	OMT	Código de conducta
1987	Informe Brundtland: Nuestro Futuro Común	CMMAD/ONU	Principios, declaraciones y recomendaciones.
1992	WSSD - Plan de Implementación de Johannesburgo: Turismo Sostenible	Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (Rio de Janeiro)	Plan de acción
1994	Green Globe 21: Normalización Internacional de Ecoturismo	WTTC	Indicadores y estándares
1995	Carta del Turismo Sostenible	Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (Lanzarote)	Plan de acción
1996	Agenda 21 para la industria de los viajes y el turismo	OMT	Plan de acción
1997	Declaración de Berlín: Biodiversidad y Turismo Sostenible	OMT/ONU	Principios, declaraciones y recomendaciones
1997	Declaración de Calvià sobre Turismo y desarrollo Sostenible en el Mediterráneo		Principios, declaraciones y recomendaciones
1997	Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo		Principios, declaraciones y recomendaciones
1997	Declaración de Manila sobre Impacto Social del Turismo	OMT	Principios, declaraciones y recomendaciones
1998	Declaración de las ONG del Mediterráneo sobre Turismo Sostenible y Participación de la Sociedad Civil	ONG MedForum	Principios, declaraciones y recomendaciones
1999	Código Ético Mundial del Turismo	OMT	Código de conducta
1999	Decisión de la Comisión de la Naciones Unidas sobre Turismo y Desarrollo Sostenible	ONU	Principios, declaraciones y recomendaciones
2000	Declaración de Ammán sobre la Paz mediante el Turismo (11 de noviembre de 2000)	OMT	Principios, declaraciones y recomendaciones

Cuadro 2 (continuación)
Principios y orientaciones para la gestión del turismo responsable y sostenible (12)

AÑO	INSTRUMENTO	ORGANISMO	TIPOLOGÍA
2000	Objetivos del Milenio (ODM)	ONU	Plan de Acción
2001	Carta de Rímini sobre Turismo Sostenible		Principios, declaraciones y recomendaciones
2001	Conferencia Internacional sobre Turismo Sostenible		Principios, declaraciones y recomendaciones
2002	Declaración de Quebec sobre Ecoturismo	PNUMA, OMT	Principios, declaraciones y recomendaciones
2002	Declaración de Ciudad del Cabo sobre Turismo Responsable en destino		Principios, declaraciones y recomendaciones
2002	Previo a la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible de de Johannesburgo		Principios, declaraciones y recomendaciones
2003	Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático	OMT	Principios, declaraciones y recomendaciones
2004	Comité Ético Mundial del Turismo	WCTE	Código de conducta
2005	Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos: Guía Práctica	OMT	Indicadores y estándares
2007	Declaración de Davos: Cambio climático y turismo: Afrontando los retos globales	2ª Conferencia Intl sobre Cambio Climático y Turismo	Principios, declaraciones y recomendaciones
2007	Declaración de Oslo sobre Ecoturismo		Principios, declaraciones y recomendaciones
2007	Global Ecotourism Conference. The International Ecotourism Society		
2007	Agenda Europea para un Turismo Sostenible y Competitivo	UE	Plan de acción
2008	Declaración de Kerala sobre Turismo Responsable en Destino	ICRT India	Principios, declaraciones y recomendaciones
2009	Global Sustainable Tourism Council Criteria	GSTC	Indicadores y estándares
2010	Reconocimiento del Código Ético para el Turismo de la OMT	ONU	Código de conducta
2010	La Declaración de Madrid «Hacia un modelo turístico socialmente responsable»	UE	Principios, declaraciones y recomendaciones

Cuadro 2 (continuación)

Principios y orientaciones para la gestión del turismo responsable y sostenible (12)

CAÑO	INSTRUMENTO	ORGANISMO	TIPOLOGÍA
2011	Protocolo para la implementación de Código Ético Mundial del Turismo	OMT	Código de conducta
2012	Rio+20	ONU	Plan de acción
2015	Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible	ONU	Plan de acción
2015	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	ONU	Plan de acción
2017	Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo	ONU	Principios, declaraciones y recomendaciones

FUENTE: Elaboración propia.

En el largo periodo de tiempo que abarca desde el *Informe Brundtland* (1987) hasta los ODS (2015) los principales temas tratados por esta amplia gama de declaraciones y estándares se han centrado, como hemos visto, en el respeto medioambiental, los aspectos económicos (lucha contra la pobreza y la desigualdad, inclusión económica de comunidades locales, sostenibilidad) y socioculturales (cultura de paz, respeto a culturas locales, multiculturalismo, turismo no invasivo, etc.). En este sentido hay que valorar su alineamiento temático y coherencia con los grandes principios internacionales de RSO y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

CAÑIZARES, M.C. (2013) *Sostenibilidad y Turismo: de la documentación internacional a la planificación en España "Horizonte 2020"* (Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 61 – 2013, pp. 67-92)

CORTINA, A; CONILL, J. y GARCÍA-MARZÁ, D. (2000), *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*, Trotta, Madrid.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (CCE, Bruselas, 18/07/2001)

COMTE-SPONVILLE, A. (2004): *El Capitalismo ¿es moral?* (Ed. Paidós)

CUADRADO-ROURA, J.R. y LÓPEZ MORALES, J.M. (2014): "El Turismo como motor de crecimiento y de la recuperación de la economía española", *Revista de Estudios Turísticos*, n.º 200, 2º T 2014, pp. 19-38.

FREEMAN, R. E. (1984): *Strategic Management. A Stakeholder Approach* (Pitman, Toronto)

GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): *Ética empresarial: del dialogo a la confianza* (Ed. Trotta, Madrid)

HABERMAS, J. (2000): *Aclaraciones a la ética del discurso* (ed. Trotta, Madrid)

NAVARRO, F. (2012): *Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica* (ESIC, Madrid, 2ª edición)

- NAVARRO, F. y GARCÍA-MARZÁ, D. (2009): *La RSC, la cooperación y la internacionalización de la empresa española* (FRIDE Desarrollo En Contexto n° 20, abril de 2009)
- ONU (2010): Resolución 65/148 de la Asamblea General, Código Ético Mundial para el Turismo (21 de enero de 2011)
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1995): Carta del Turismo Sostenible. Conferencia Mundial del Turismo Sostenible, Santa Cruz de Tenerife
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1999): Código Ético Mundial del Turismo, resolución A/RES/406-XIII de la 13ª Asamblea General de la OMT, Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005): *Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos - Guía Práctica*, OMT, Madrid, 2005
- ORTEGA Y GASSET, J. (1999): *La España Invertebrada* (Ed. Universidad de Extremadura)
- OCDE (2013): *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>
- ONU (2010): *Código Ético Mundial para el Turismo*. Resolución 65/148 de la Asamblea General, 20 de diciembre de 2010 [sobre la base del informe de la Segunda Comisión A/65/436 y Corr.1]
- PNUD (1994): *Adopción de la definición de desarrollo humano sostenible*
- PNUMA y OMT (2002): *Declaración de Quebec sobre Ecoturismo*
- RIO+20 (2012): Documento final de Rio + 20 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible: *El futuro que queremos* (Naciones Unidas, Rio de Janeiro, 20-22 de junio de 2012, ref. A/CONF.216/L.1)
- SANCHO, A., GARCIA, G. Y ROZO, E. (2007): "Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y para poblaciones vulnerables", *Annals of Tourism Research* (en español) vol. 9, n° 1, 2007, pp. 150-177
- SICHAR, G. (Coord); GARCÍA-MARZÁ, D.; GONZALEZ, E.; BALLESTEROS, C. y NAVARRO, F (2003): *La empresa socialmente responsable: ética y empresa* (Cideal, Madrid)
- SUBCOMISIÓN PARLAMENTARIA DE RSE (2007): Informe de Conclusiones, Madrid
- UNESCO y ECOLOGICAL TOURISM IN EUROPE: "*Sustainable Tourism Development in UNESCO. Designated Sites in South-Eastern Europe* (ETE, Bonn)

NOTAS

(1) Aunque la literatura emplea indistintamente los términos Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), en este artículo utilizaremos mayoritariamente el término RSO (Responsabilidad Social de las Organizaciones) al considerar que tiene mayor alcance pues incluye no solamente la tradicional RS de entidades lucrativas (corporativa o de empresa) sino también la de otro tipo de organizaciones sin ánimo de lucro (ONG, fundaciones, sindicatos, patronales, administraciones públicas, organizaciones religiosas, etc.) pero que también deben responder de sus actos.

(2) La libertad es el fundamento de la ética. Somos responsables de nuestros actos porque somos libres y actuamos voluntariamente. Sin libertad ni voluntariedad no tendría sentido hablar de exigencias éticas, ni de imputabilidad moral. Esa libertad, que en su sentido positivo se asocia al ejercicio de la autodeterminación (la capacidad de decidir sobre sí mismo), hizo escribir a Ortega y Gasset que "el hombre está condenado a ser libre". Erich Fromm fue algo más lejos al concluir que al hombre le llega a pesar la responsabilidad en el ejercicio de su libertad y al final le resulta más cómodo que le digan que es lo que debe hacer (de ahí, entre otras cosas, el riesgo siempre latente del resurgir totalitario en las sociedades democráticas).

(3) En España tradicionalmente las patronales empresariales se han opuesto a la obligatoriedad de la RSE, mientras que algunas ONG y sindicatos han propugnado su obligatoriedad legal. Algunos países

como Francia o Perú tienen leyes que han “positivado” la RSO, sin embargo ello no significa que haya desaparecido el “espacio ético” de voluntariedad pues siempre que un determinado valor o criterio moral es incorporado a las leyes la sociedad vuelve a identificar nuevos nichos éticos no contemplados por la ley y cuya observancia se demanda a las organizaciones. Ese espacio ético de valores no regulados en las leyes es en sentido estricto el espacio de la RSO. El resto es el espacio de la ley y la legalidad.

(4) <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095> (web consultada 29/11/17).

(5) Esta directiva ha sido incorporada a la legislación española mediante Real Decreto-Ley 18/2017 sobre Publicación de Información No Financiera.

(6) Punto 47 del documento *El futuro que queremos*: “Reconocemos la importancia de la presentación de informes sobre sostenibilidad empresarial y alentamos a las empresas, especialmente a las sociedades que cotizan en bolsa y a las grandes empresas, a que, cuando proceda, consideren la posibilidad de incorporar información sobre sostenibilidad a su ciclo de presentación de informes. Alentamos a la industria, los gobiernos interesados y las partes interesadas pertinentes a que, con el apoyo del sistema de las Naciones Unidas, según proceda, preparen modelos de mejores prácticas y faciliten la adopción de medidas en pro de la incorporación de informes sobre sostenibilidad, teniendo en cuenta las experiencias de los marcos ya existentes y prestando especial atención a las necesidades de los países en desarrollo, incluso en materia de creación de capacidad”.

(7) Resolución de la Asamblea General de NNUU de 22 de diciembre de 2015 (A/RES/70/193). <http://www.un.org/en/ga/search/>

[view_doc.asp?symbol=A/RES/70/193&referer=/english/&Lang=S](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/193&referer=/english/&Lang=S) (web consultada 29/11/17).

(8) <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017> (web consultada el 30/11/17).

(9) <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017> (web consultada el 30/11/17).

(10) En este artículo no trataremos las orientaciones y normativas específicamente nacionales o regionales que ya existen en numerosos países

(11) <http://www.institutoturismoresponsable.com/es> (web consultada el 1/12/17)

(12) Se destacan en negrita los documentos que han sido analizados brevemente en este artículo

INFOWEBS

CBD Biodiversity and Tourism: <http://www.cbd.int/tourism/guidelines.shtml>

Sustainable Travel International: www.sustainabletravelinternational.org

The Marrakesh Task Force Sustainable Tourism: www.veilleinfotourisme.fr/taskforce

The Responsible Tourism Partnership: www.responsibletourismpartnership.org

The International Ecotourism Society: www.ecotourism.org

Tour Operators Initiative (TOI): www.toinitiative.org

UNEP-DTIE Sustainable Consumption & Production Branch – Tourism: <http://www.unep.fr/scp/tourism/>

