



EL CÓDIGO DE CONDUCTA

para la protección de niñas, niños y
adolescentes en los viajes y el turismo

Manual de implementación



EL CÓDIGO DE CONDUCTA

para la protección de niñas, niños y
adolescentes en los viajes y el turismo

Manual de implementación

FAPMI-ECPAT España

Autoras:

Alejandra Pascual Franch

Coordinadora General de FAPMI-ECPAT España.

alejandra.pascual@fapmi.es

Selma Fernández Vergara

Responsable del Programa de Prevención de la Explotación Sexual de la Infancia y la Adolescencia de FAPMI-ECPAT España.

selma.fernandez@fapmi.es

Agosto, 2020

Documento desarrollado y editado por FAPMI-ECPAT España.
C/ Delicias 8, entreplanta. 28045, Madrid (España).

fapmi@fapmi.es

Disponible a través de la web www.ecpat-spain.org



Con el apoyo y financiación de:



0.

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	5
El código de Conducta	6
PROCEDIMIENTO PARA IMPLEMENTACIÓN	8
Establecer una política ética	9
Capacitar al personal	11
Incluir una cláusula en los contratos	14
Proporcionar información	17
Apoyar, colaborar e involucrar a los distintos agentes	19
Informar anualmente	21
LA IMPLEMENTACIÓN POR TIPOLOGÍA DE EMPRESA/ ENTIDAD	22
Estrategia de implementación en grandes corporaciones	22
Estrategia de implementación en federaciones/ asociaciones	26
Estrategia de implementación en establecimientos hoteleros	27
MATERIALES Y RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN	30

PRESENTACIÓN

La industria de los viajes y el turismo contribuye al 10,4% del PIB mundial y a la creación de 1 de cada 10 puestos de trabajo con un crecimiento anual promedio del 4%¹, proyectándose 1.800 millones de personas viajeras para 2030². Hablamos, por tanto, de una de las más grandes industrias a nivel mundial que genera más empleo y recursos económicos que cualquier otra industria en el mundo. Pero su impacto no sólo se limita al económico, sino que también constituye en sí mismo un fenómeno social y cultural, y, por lo tanto, sus efectos no sólo se circunscriben a la economía, sino que también afecta al entorno natural, a los visitantes (turistas y personas que viajan) y a la población local.

De esta forma, la expansión masiva del número de personas que viajan y turistas, la aparición de nuevos tipos de viajes y turismo, a menudo informales, y las múltiples formas en que las personas se conectan en todo el mundo desempeñan – a menudo de forma involuntaria- un papel importante en las condiciones de vida de las comunidades.

Al respecto, el estudio global publicado en 2016, puso de manifiesto cómo las infraestructuras y servicios que ofrece la industria de los viajes y el turismo son utilizadas con el fin de acceder a niños, niñas y adolescentes en cualquier parte del mundo con fines de explotación sexual.

Aunque no se dispone de datos precisos, en 2007 la OMT publicó los datos de un estudio realizado en cuanto al fenómeno de la ESI/AVT. Los resultados de este estudio desvelaron que de los 700 millones de turistas que desplazan al año (actualmente ya hay más de 1.000 millones³), más del 20% se habría desplazado con fines sexuales.

En este aspecto, la promoción activa del turismo ético y sostenible, respetuoso con los Derechos de la Infancia y la Adolescencia, el fomento de la adhesión por parte de la industria turística a prácticas de turismo ético y sostenible y la adopción de medidas de autorregulación⁴ son elementos clave para el fortalecimiento de las estrategias para combatir este problema.

¹ WTTC (2018). [Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2018](#).

² Noticias ONU (27 de diciembre de 2017). [1.800 millones de turistas para el 2030: ¿desastre u oportunidad?](#). News.un.org.

³ Porras, C. (17 de enero de 2017). [Un total de 1.235 millones de turistas se desplazaron por el mundo en 2016](#). Hosteltur.com.

⁴ Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, Resolución para combatir el turismo con fines de explotación sexual infantil (aprobada el 23 de abril de 2013), Sección 6.2.

La implementación de instrumentos como el *Código de Conducta para la protección de Niños, Niñas y Adolescentes en el Turismo y los viajes* tiene como objetivo garantizar que la industria turística se desarrolle de manera responsable, minimizando los efectos negativos que pudieran derivarse de las actuaciones turísticas sobre los recursos y las personas del país que los acoge y que sus prácticas garanticen en todo momento los Derechos Humanos y, especialmente, los Derechos de los más vulnerables: los niños, niñas y adolescentes.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente manual se dirige a aquellas empresas del sector turístico interesadas en la implementación de la citada iniciativa, configurada como una guía estándar que pretende facilitar el cumplimiento de los seis objetivos del Código por parte de las empresas de la forma más efectiva y eficaz posible.

EL CÓDIGO DE CONDUCTA

La iniciativa Código de Conducta para la protección de niñas, niños y adolescentes en los viajes y el turismo trata de **involucrar al sector privado turístico como agente proactivo del sistema de prevención de la vulneración de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia** procurando que niños, niñas y adolescentes puedan vivir libres de cualquier forma de explotación sexual.

El Código es un instrumento de autorregulación y de Responsabilidad Social Corporativa cuyo objetivo principal es la prevención y la protección de los niños, niñas y adolescentes frente a la Explotación Sexual de la Infancia y la Adolescencia en el sector de los viajes y el turismo actuando a varios niveles, tanto dentro como fuera de la propia organización.

Después del primer Congreso Mundial contra la Explotación Sexual Comercial de Niños en 1996, ECPAT Suecia desarrolló el Código en asociación con la Organización Mundial del Turismo y varios operadores turísticos suecos, como una campaña de sensibilización frente a la explotación sexual de la infancia y la adolescencia en los viajes y el turismo en Tailandia.

Esta primera campaña se extendió rápidamente a todo el mundo a través de asociaciones con la red [ECPAT Internacional](#), la OMT y UNICEF, acabando por convertirse, en 2004, en una organización internacional [The Code](#) sin fines de lucro⁵.

LOS SEIS OBJETIVOS DEL CÓDIGO

⁵ Para más información, puede consultarse: FAPMI-ECPAT España (2020). El Código de Conducta para la protección de niños, niñas y adolescentes en los viajes y el turismo. Dossier informativo.

El Código es considerado como una de las principales herramientas para combatir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en los viajes y el turismo y comprende un conjunto de seis criterios esenciales que las empresas del turismo se comprometen a implementar para proteger a niñas, niños y adolescentes.

Estos seis criterios u objetivos exigen un alto compromiso en todos los niveles de toma de decisiones y operacionales dentro de la empresa que lo ha firmado. Sin embargo, son susceptibles de ser adaptados en función de la tipología de empresa que suscribe el Código.

Estos seis criterios son los siguientes:

- 1. ESTABLECER UNA POLÍTICA ÉTICA Y PROCEDIMIENTOS** contra la explotación sexual de la infancia y la adolescencia (ESIA).
- 2. CAPACITAR AL PERSONAL** sobre los derechos de la infancia y la adolescencia, la prevención de la ESIA y la forma de informar sobre casos sospechosos.
- 3. INCLUIR UNA CLÁUSULA EN LOS CONTRATOS** a lo largo de la cadena de valor indicando un rechazo común y una política de tolerancia cero frente a la ESIA.
- 4. PROPORCIONAR INFORMACIÓN** a turistas sobre los Derechos del Niño, la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y sobre cómo notificar los casos sospechosos.
- 5. APOYAR, COLABORAR E INVOLUCRAR A LOS DISTINTOS ACTORES** en la prevención de la explotación sexual de la infancia y la adolescencia.
- 6. INFORMAR ANUALMENTE** sobre la implementación de los seis criterios.

6 Para información detallada sobre la implementación de la iniciativa, consúltese: FAPMI-ECPAT España (2020). **El Código de Conducta. Guía de implementación de la iniciativa.**

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.
C/. Delicias, 8, entreplanta. 28045, Madrid.
Tel.:(+34) 91.468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.
www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es / www.ecpat-spain.org



1.

PROCEDIMIENTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN

Una vez que la empresa/ entidad ha formalizado su adhesión al Código y por tanto ha asumido el estatus de miembro⁷, esta concretará su compromiso a través de la implementación de las actividades necesarias - dentro de su actividad de negocio- que permitan dar cumplimiento a los seis objetivos del Código.

A continuación, se presenta una propuesta para la consecución de estos seis objetivos, dividida en diferentes módulos de acuerdo a los mismos, con el objetivo de ayudar a las empresas/entidades miembros a llevar a cabo su estrategia de implementación de la iniciativa de la forma más eficaz posible.

Cada módulo está dividido en tres apartados diferenciados:

- Información general sobre el objetivo a conseguir, tipo de empresas/ entidades a quienes va dirigido y objetivos específicos,
- Actuaciones concretas para llevar a cabo la consecución del objetivo
- Recursos y materiales disponibles para su consecución.

⁷ Más información sobre el proceso de adhesión disponible en: FAPMI-ECPAT España (2020). [El Código de Conducta para la protección de niñas, niños y adolescentes en los viajes y el turismo. Dossier informativo.](#)

ESTABLECER UNA POLÍTICA ÉTICA Y PROCEDIMIENTOS contra la explotación sexual de la infancia y la adolescencia (ESIA).

Esta política ética debe incluir un procedimiento para su implementación (de manera que no resulte ser una simple declaración de intenciones), con información sobre el departamento responsable de dicha política, su desarrollo y puesta en marcha.

Puesto que el Código de Conducta es una herramienta de Responsabilidad Social Corporativa, la empresa / entidad signataria introducirá una cláusula relativa al compromiso asumido con su adhesión incluyendo aquellos procedimientos para su implementación y estableciendo las pautas de actuación que considere necesarias para el cumplimiento de los seis objetivos del Código.

De forma concreta, este criterio pretende:

- Promover principios éticos corporativos orientados al respeto a los derechos humanos y específicamente los derechos de los niños, niñas y adolescentes.
- Proporcionar una pauta de actuación responsable y en consonancia con estos principios a su plantilla.
- Difundir el compromiso entre socios estratégicos para la empresa y la población en general.

MODELO DE POLÍTICA ÉTICA

EL COMPROMISO DE **NOMBRE DE LA EMPRESA** EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA EN LOS VIAJES Y EL TURISMO

La explotación sexual de la infancia y la adolescencia (ESIA) es un problema creciente que afecta a millones de niños y niñas en cualquier parte del mundo y de cualquier estrato social. Consiste en el abuso sexual de una persona menor de edad a cambio de una remuneración económica o cualquier otro tipo de retribución donde el niño o niña es tratado como objeto sexual, pero también como un objeto comercial, situación que genera devastadoras consecuencias para las víctimas en todas las esferas de sus vidas, tanto a corto como a largo plazo.

Entre las diferentes manifestaciones de la explotación sexual infantil, hay una que está vinculada especialmente a la industria de los viajes y el turismo: la explotación sexual infantil en los viajes y el turismo (ESIAVT) Esta forma de explotación sexual tiene lugar

cuando personas se desplazan (por cualquier motivo) desde su país o lugar de origen con la intención de abusar sexualmente de niños y niñas en el destino.

Para la industria del turismo y los viajes, la ESIAVT impide su desarrollo sostenible y responsable a la vez que genera un impacto negativo para toda la sociedad en aquellas comunidades donde opera.

Teniendo en cuenta lo anterior, **NOMBRE DE LA EMPRESA** reconoce que la Industria del Turismo puede tener un rol fundamental en la erradicación de esta problemática y su contribución al desarrollo del turismo sostenible y respetuoso con los derechos Humanos y los derechos de la Infancia y la Adolescencia. Atendemos a la obligación legal y moral de asegurar que la protección de niños/as y adolescentes se incorpore a nuestra agenda de desarrollo siendo la protección de los derechos de la infancia uno de los valores intrínsecos de la organización.

Por lo tanto, desde **NOMBBRE DE LA EMPRESA** asumimos la necesidad de la implementación de actuaciones referentes a buenas prácticas y de autorregulación que fortalezcan unas actividades responsables que contribuyan a la erradicación del problema:

- Promover los Derechos Humanos y, en particular, los Derechos de los niños, niñas y adolescentes.
- Rechazar, reprimir y condenar la explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual y en particular cuando afecte a niños, niñas y adolescentes.
- Adoptar medidas preventivas para impedir la elaboración o difusión de programas turísticos que promuevan o fomenten contactos sexuales con personas menores de edad.

Por esta razón, **NOMBBRE DE LA EMPRESA** expresa su compromiso con estos principios implementando los seis criterios de la iniciativa Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes en los Viajes y el Turismo, a la cual se adhirió en **DD/MM/AAAA**:

1. Establecer una política ética y procedimientos contra la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes;
2. Capacitar a los empleados sobre los Derechos de la Infancia, la prevención de la explotación sexual infantil y los procedimientos para informar y notificar casos sospechosos;

3. Incluir una cláusula en los contratos con proveedores y otros socios a lo largo de la cadena de valor indicando un rechazo común y una política de tolerancia cero hacia la explotación sexual de Niños, Niñas y Adolescentes;
4. Proporcionar información a los clientes sobre los Derechos del Niño, la prevención de la explotación sexual infantil y cómo notificar casos sospechosos;
5. Apoyar, colaborar e involucrar a los distintos actores en la prevención de la explotación sexual infantil;
6. Informar anualmente sobre la implementación del Código de Conducta.

La incorporación de esta política ética aplica a todas las tipologías de empresas/entidades adheridas del Código de Conducta:

AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓	✓	✓	✓

CAPACITAR AL PERSONAL sobre los derechos de la infancia y la adolescencia, la prevención de la ESIA y la forma de informar sobre casos sospechosos.

Uno de los compromisos de las empresas adheridas al Código consiste en introducir módulos formativos para todo su personal referente a la problemática de la ESIAVT.

La capacitación de la plantilla deberá incluir aquellos contenidos relativos a los Derechos del Niño, la prevención de la ESIAVT y los procesos de notificación y denuncia ante la sospecha de un caso de ESIAVT.

FAPMI-ECPAT España pone a disposición de las empresas/entidades signatarias una oferta formativa específica en la materia.

CATÁLOGO FORMATIVO DE FAPMI-ECPAT ESPAÑA

MODALIDAD E-LEARNING A través de un aplicativos de formación online con recursos y actividades interactivas.

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL. A través de sesiones presenciales introductorias complementadas con materiales, recursos y actividades online.

MODALIDAD PRESENCIAL. A través de sesiones presenciales orientadas a la práctica.

Para más información: [oferta formativa para empresas/ entidades del sector turístico.](#)

Dada la importancia de la detección y el posterior reporte de posibles casos relacionados con situaciones de ESIAVT, ponemos a disposición de las empresas/ entidades miembros, protocolos de actuación específicos por sector empresarial, disponibles en la sección web "[Recursos para la implementación del Código de Conducta](#)".

The Code, también pone a disposición de las empresas/ entidades signatarias una herramienta de formación online desarrollada para las personas empleadas de las compañías miembro del Código de Conducta. El acceso a la misma será proporcionado mediante una clave de acceso que será facilitada por parte de The Code a la empresa miembro.

De forma concreta, este criterio pretende:

- Informar sobre la adhesión al Código de Conducta de la empresa signataria a sus empleados y la incorporación de principios éticos que promueven e incorporan en sus actuaciones el respeto por los derechos humanos y, especialmente, la perspectiva de la infancia.
- Fomentar la toma de conciencia, por parte de personal de la compañía, de la problemática asociada a la explotación sexual comercial infantil y su conexión con el turismo.
- Capacitar al personal para que, a su vez, sensibilicen a otros/as empleados/as y a los y las clientes y clientas.
- Dotar de herramientas de identificación de posibles situaciones de riesgo y de protocolos de actuación en estos casos.

La capacitación del personal aplica a todas las tipologías de empresas/entidades signatarias del Código de Conducta:

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.
C/. Delicias, 8, entreplanta. 28045, Madrid.
Tel.:(+34) 91.468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.
www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es / www.ecpat-spain.org



AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓	✓ (*)	✓	✓

(*) En el caso de asociaciones y federaciones del sector, se recomienda que estas tengan disponible diferente material formativo de manera que sus empresas asociadas puedan hacer uso de él en función de su actividad empresarial. Este material complementario, podrá ser aportado por FAPMI-ECPAT España bajo petición.

INCLUIR UNA CLÁUSULA EN LOS CONTRATOS a lo largo de la cadena de valor indicando un rechazo común y una política de tolerancia cero frente a la ESIA.

Se recomienda que la empresa signataria, además de su compromiso adquirido, lo extienda a todos los contextos y ámbitos en los cuales opere, involucrando a todos los agentes con los que coopera o mantiene relaciones. Un aliado importante en la lucha contra la ESIA son los proveedores con los que la empresa tiene contratos (turoperadores, hoteles, etc.).

Este tipo de cláusula pretende integrar la protección de la infancia y la adolescencia en toda la cadena de suministro de la empresa, al incluirse dentro de los contratos / acuerdos con los proveedores y socios de negocio.

En el caso de los contratos con hoteles, esta cláusula tiene especial relevancia por su posición estratégica con respecto a las personas usuarias de sus servicios, debiendo establecerse unos criterios específicos para ellos.

MODELO DE CLÁUSULA PARA PROVEEDORES (GENÉRICA)

ANEXO AL CONTRATO

La explotación sexual de la infancia y la adolescencia (ESIA) es un problema creciente que afecta a millones de niños y niñas en cualquier parte del mundo y de cualquier estrato social. **NOMBRE DE LA EMPRESA** reconoce que la Industria del Turismo puede tener un rol fundamental en la erradicación de esta problemática y su contribución al desarrollo del turismo sostenible y respetuoso con los derechos Humanos y los derechos de la Infancia y la Adolescencia.

NOMBRE DE LA EMPRESA se ha comprometido a implementar, dentro de su sector de negocio, una serie de actuaciones referentes a buenas prácticas y de autorregulación que fortalezcan unas actividades responsables que contribuyan a la erradicación del problema.

Por esta razón **NOMBRE DE LA EMPRESA (proveedor)** manifiesta su voluntad de cumplir con el siguiente Código Ético y lo aplicará en el desarrollo de sus actividades de negocio:

1. Promover los Derechos Humanos y, en particular, los Derechos de los niños, niñas y adolescentes.
2. Rechazar, reprimir y condenar la explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual y en particular cuando afecte a niños, niñas y adolescentes.

3. Adoptar medidas preventivas para impedir la elaboración o difusión de programas turísticos que promuevan o fomenten contactos sexuales con personas menores de edad.
4. Apoyar a **NOMBRE LA EMPRESA** en la difusión de información sobre la legislación contra la Explotación Sexual Infantil allá donde opere y sobre la presente cláusula contractual.

Cualquier incumplimiento de cualquiera de los puntos anteriores supondrá la cancelación automática del contrato entre **NOMBRE DE LA EMPRESA** y **NOMBRE DE LA EMPRESA (proveedor)**, que con el presente documento asume todas las consecuencias que se deriven de la infracción de este Código de Operaciones.

MODELO DE CLÁUSLA PARA PROVEEDORES (ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS)

ANEXO AL CONTRATO

La explotación sexual de la infancia y la adolescencia (ESIA) es un problema creciente que afecta a millones de niños y niñas en cualquier parte del mundo y de cualquier estrato social. **NOMBRE DE LA EMPRESA** reconoce que la Industria del Turismo puede tener un rol fundamental en la erradicación de esta problemática y su contribución al desarrollo del turismo sostenible y respetuoso con los derechos Humanos y los derechos de la Infancia y la Adolescencia.

NOMBRE DE LA EMPRESA se ha comprometido a implementar, dentro de su sector de negocio, una serie de actuaciones referentes a buenas prácticas y de autorregulación que fortalezcan unas actividades responsables que contribuyan a la erradicación del problema.

Por esta razón **NOMBRE DE LA EMPRESA (hotel)** manifiesta su voluntad de cumplir con el siguiente Código Ético y lo aplicará en el desarrollo de sus actividades de negocio:

1. Formar/ informar a su plantilla sobre los aspectos relevantes de la legislación local y sobre la presente cláusula contractual relacionada con la explotación sexual de la infancia y la adolescencia.
2. Informar a su plantilla sobre el procedimiento para el reporte y la notificación de posibles casos de explotación sexual de la infancia y la adolescencia dentro de sus instalaciones.
3. Prohibir explícitamente a las personas empleadas estar involucradas en cualquier acto relacionado con la explotación sexual de niños, niñas y/o adolescentes.

4. Apoyar a **NOMBRE LA EMPRESA** en la difusión de información a través de cualquier medio, en el que declare que en sus instalaciones sobre la problemática de la Explotación Sexual Infantil y sobre la presente cláusula contractual.

Cualquier incumplimiento de cualquiera de los puntos anteriores supondrá la cancelación automática del contrato entre **NOMBRE DE LA EMPRESA** y **NOMBRE DE LA EMPRESA (hotel)**, que con el presente documento asume todas las consecuencias que se deriven de la infracción de este Código de Operaciones.

La inclusión de una cláusula en los contratos con proveedores, etc. aplica a las siguientes tipologías de empresas/entidades signatarias del Código de Conducta:

AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓	(*)	✓	(*)

(*) En el caso de las federaciones y asociaciones se recomienda que, dentro de su compromiso como signatarias del Código de Conducta y atendiendo a su posición privilegiada en contacto y de servicios a sus asociados, insten a estos a adherirse a la iniciativa y/o implementen prácticas de turismo ético y sostenible coherentes con y, especialmente, en cuanto a la protección de la infancia y la adolescencia frente a la ESI/AVT.

PROPORCIONAR INFORMACIÓN a turistas sobre los Derechos del Niño, la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y sobre cómo notificar los casos sospechosos.

Los miembros del Código también deberán proporcionar a sus clientes información sobre todos estos temas, de forma complementaria a la ofrecida a su personal y proveedores y socios de negocio.

En este caso, se recomienda que la empresa/ entidad miembro haga la máxima difusión posible de su adhesión al Código de Conducta, la incorporación de la nueva política ética y proporcione información adicional a sus clientes sobre la problemática, en concreto información sobre los Derechos del Niño, la prevención de la ESIAVT y el proceso para la notificación/denuncia ante la sospecha de un posible caso de ESIAVT.

De forma concreta, este criterio pretende:

- Contribuir a la difusión de información sobre la existencia de la problemática de la ESIAVT.
- Informar sobre la adhesión al Código de Conducta por parte de la empresa/ entidad.
- Difundir e informar sobre la política ética de la empresa/ entidad asumida a partir de su adhesión al Código de Conducta.
- Informar sobre los recursos y servicios para el reporte de posibles situaciones de ESIAVT.
- Prevenir nuevos casos de ESIAVT a través de la difusión de información con efecto disuasorio.

SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN

FAPMI-ECPAT España pone a disposición de las empresas/ entidades miembros del Código una serie de materiales informativos sobre la problemática de la ESI, así como de los diferentes mecanismos para el reporte de casos.

Puede accederse a los recursos y materiales en la sección web "[Recursos para la implementación del Código de Conducta](#)".

La proporción de información aplica a las siguientes tipologías de empresas/entidades signatarias del Código de Conducta:

AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓	(*)	✓	✓

(*) En el caso de Asociaciones y Federaciones, se recomienda que tengan disponible este tipo de material de manera que las empresas / entidades asociadas puedan hacer uso de él en función de su actividad.

APOYAR, COLABORAR E INVOLUCRAR A LOS DISTINTOS ACTORES en la prevención de la explotación sexual de la infancia y la adolescencia.

Se deberá fomentar en la medida de lo posible el apoyo, la colaboración, etc. con los diversos actores que trabajen en pro de los Derechos de la Infancia y la Prevención de la ESIA, especialmente en la notificación de posibles casos de ESIAVT, en el territorio.

Se consideran agentes clave aquellas entidades u organismos cuyo rango de actuación esté relacionado con la promoción de los Derechos de la Infancia en aquellos territorios donde se implemente el Código de Conducta:

- ONG locales u otras entidades/ organismos vinculadas con la promoción de los derechos de la infancia y la protección de niños, niñas y adolescentes.
- Grupos ECPAT locales.
- Cuerpos policiales y Fuerzas de Seguridad.
- Administraciones Públicas.
- Entidades del sector privado (por ejemplo, empresas del sector turístico que hayan implementado el CC en la región).

En función del área geográfica donde se implemente el Código, FAPMI-ECPAT España proporcionará un directorio de entidades y organismos a contactar para facilitar a las empresas el logro de este objetivo.

De forma concreta, este criterio pretende:

- Informar sobre la adhesión de la empresa/ entidad al Código y su compromiso para con la protección de la infancia y la adolescencia en sus actividades de negocio.
- Crear una red de apoyo involucrando a diferentes entidades a nivel local que refuerce las actuaciones con respecto a la prevención de la ESIAVT desarrolladas por la empresa/ entidad.
- Colaborar con políticas y programas locales que se estén llevando a cabo en este ámbito a nivel local.
- Compartir buenas prácticas en cuanto a la implementación de estrategias dirigidas a la prevención de la ESIA en su sector de negocio.
- Facilitar la notificación y el reporte de información sobre casos o posibles casos de ESIAVT.

El apoyo y la colaboración con los distintos agentes clave aplica a las siguientes tipologías de empresas/entidades signatarias del Código de Conducta:



AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓		✓	

Miembro de:



FAPMI- ECPAT España.
C/. Delicias, 8, entreplanta. 28045, Madrid.
Tel.:(+34) 91.468.26.62 / Fax: (+34) 91.527.76.26.
www.fapmi.es / fapmi@fapmi.es / www.ecpat-spain.org



INFORMAR ANUALMENTE sobre la implementación de los seis criterios.

A través del portal de miembro, la empresa/entidad miembro deberá reportar anualmente a través de un formulario online. Del mismo modo, la empresa puede ir introduciendo información sobre el estado de la implementación del Código de forma periódica en esta misma herramienta.

El acceso al citado portal será proporcionado por la organización The Code una vez aprobada la membresía de la empresa/entidad correspondiente.

La cumplimentación de informes anuales permite valorar tanto interna como externa los progresos efectuados respecto a las diferentes actividades y objetivos propuestos. Se recomienda que las empresas/ entidades miembros recojan información de cada uno de los objetivos de la implementación de manera periódica e introduzcan estos datos en la sección correspondiente dentro del portal de miembros de The Code.

El reporte anual aplica a todas las empresas/ entidades signatarias del Código de Conducta:

AGENCIAS DE VIAJES	EMPRESAS SIN ALOJAMIENTO	FEDERACIONES Y ASOCIACIONES	HOTELES Y EMPRESAS CON ALOJAMIENTO	PROVEEDORES DE SERVICIOS
✓	✓	✓	✓	✓

2.

LA IMPLEMENTACIÓN POR TIPOLOGÍA DE EMPRESA/ ENTIDAD

Proponemos a continuación diversos ejemplos prácticos en función de la tipología de empresa/ entidad miembro.

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN EN GRANDES CORPORACIONES



El Código de Conducta permite una implementación sectorializada por territorios, marcas corporativas y tipos de actividad empresarial.

IMPLEMENTACIÓN SECTORIALIZADA

En el caso de las grandes corporaciones, dada su complejidad estructural y la diversidad de actividades de negocio, éstas pueden:

- Implementar **íntegramente** el Código como matriz
- Implementar **parcialmente** el Código como matriz
- Implementar el Código a través de **una o varias de sus empresas constituyentes**

ESTUDIO DE CASO 1. IMPLEMENTACIÓN DESDE LA MATRIZ



Pongamos el ejemplo del Grupo empresarial **ORIONS Corporation** con sede en España y dos delegaciones en México y Alemania el cual está integrado por:

Como corporación socialmente responsable ORIONS decide implementar la iniciativa del Código de Conducta a nivel de matriz ya que considera que de este modo el **alcance** de sus actuaciones podrá tener un mayor impacto.

Desde ORIONS Corporation inician el proceso de implementación del Código de Conducta considerando diferentes posibilidades:

Elección de aquellos sectores del Grupo que mejor puedan adaptarse al contenido de la iniciativa, es decir, aquellos del ámbito turístico.

ORIONS 1
ORIONS 2
ORIONS 3

Dentro de las anteriores, elección de aquellas empresas del ámbito turístico que puedan suponer una ventaja estratégica por su trayectoria como empresas socialmente responsables, el número y el tipo de clientes a que pueden hacer llegar el mensaje, etc.

ORIONS 1
ORIONS 2
ORIONS 3

Elección de aquellos países donde operan las diferentes delegaciones de la matriz considerando dónde la iniciativa podría tener un mayor impacto.

España y
México

EJES DE LA ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN:

- ORIONS Corporation introducirá una **cláusula coherente con los principios de respeto de protección de los Derechos de los Niños, niñas y adolescentes que explice el rechazo absoluto a cualquier tipo de vulneración de éstos dentro de su Política de Responsabilidad Social Corporativa**

- ORIONS Corporation extenderá este estándar ético a otros socios corporativos a través de **cláusulas informativas** relativas a la Política de la empresa en los contratos con **proveedores y minoristas**.
- ORIONS Corporation **formará y sensibilizará al personal de la matriz** en cualquier nivel jerárquico **y en todos aquellos lugares donde opere la compañía**, especialmente en España (sede de la entidad) y México (país con una especialmente alta incidencia de delitos perpetrados contra la infancia y la adolescencia durante el primer año)
- ORIONS Corporation **sensibilizará e informará a sus clientes** a cerca del nuevo compromiso asumido por la compañía en cuanto a la adhesión al Código de Conducta y su contenido y procurará involucrar a todas aquellas empresas que operan en el ámbito turístico, que forman parte del Grupo,
- ORIONS Corporation fomentará y fortalecerá el trabajo en red a través del **establecimiento de sinergias con agentes clave en aquellos países donde opera la compañía** (España y México, durante el primer año).
- ORIONS Corporation **evaluará anualmente y valorará el impacto de las actividades** llevadas a cabo en el contexto del Código de Conducta.

ESTUDIO DE CASO 2. OTRAS ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

La misma entidad, ORIONS Corporation, está muy interesada en formar parte de una iniciativa a nivel internacional como el Código de Conducta.

Valora la importancia que tendría la aplicabilidad de los principios promovidos por la misma y considera que podría ser una herramienta extraordinariamente útil para materializar su intención de incorporar dentro de sus prácticas empresariales la perspectiva de la protección a la Infancia y la Adolescencia.

Pero se dan diferentes circunstancias (falta de recursos económicos, de recursos en materia de personal, etc.) que, en este momento, hacen inviable la implementación integral del Código de Conducta.

ORIONS Corporation se plantea:

- **El inicio de una implementación parcial como corporación.** Elegirán cuál o cuáles de las seis directrices podrían ser asumibles en el momento presente, considerando que las diferentes actuaciones que lleven a cabo podrán ser acumulables de cara a una futura adhesión al Código de Conducta y servirán para configurar su futuro Plan de Acción.

ORIONS Corporation decide empezar por la introducción de una cláusula dentro de su Política de Responsabilidad Social Empresarial comprometiéndose con la promoción y el respeto de los Derechos de la Infancia en todas sus actividades de negocio.

- **Involucrar especialmente a una o varias de las empresas que configuran el Grupo**, que en este momento cuenta con más recursos y una mayor capacidad para gestionar la iniciativa, para que implemente el Código de conducta de manera independiente.

ORIONS Corporation alentará a ORIONS 1 una de sus aerolíneas más comprometidas con las iniciativas sociales para que implemente el Código de Conducta.

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN EN FEDERACIONES/ ASOCIACIONES

FEDERACIÓN/ ASOCIACIÓN

MIEMBROS
ADHERIDOS

ESTABLECIMIENTOS
ASOCIADOS

ASOCIACIONES
FEDERADAS

Las Asociaciones/Federaciones tienen un papel fundamental en la promoción del Código de Conducta a través de:

- **Proporción de información** a las entidades asociadas/federadas sobre los contenidos del Código de Conducta.
- **Proporción de materiales y/u otros servicios** para facilitar la implementación de aquellas empresas asociadas/federadas interesadas en la adhesión al Código de Conducta.

EJES DE LA ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN:

Teniendo en cuenta los objetivos anteriores, la estrategia de implementación del Código de las Asociaciones/Federaciones puede configurarse del siguiente modo:

EJES DE LA IMPLEMENTACIÓN

- La Federación/ Asociación introducirá una **cláusula coherente con los principios de respeto de protección de los Derechos de los Niños, niñas y adolescentes** que explicita el rechazo absoluto a cualquier tipo de vulneración de éstos dentro de su Política de Responsabilidad Social Corporativa
- La Federación/ Asociación **organizará seminarios, mesas redondas, talleres y/o informará de forma activa** a través de otros medios a sus empresas/ entidades miembros sobre los contenidos de la iniciativa.
- La Federación/Asociación pondrá a disposición de sus empresas miembro **información relativa al proceso de adhesión y aquellos recursos y materiales** que puedan facilitar la implementación de aquellas empresas asociadas/federadas interesadas en la adhesión a la misma.
- La Federación/ Asociación **evaluará anualmente** y valorará el impacto de las actividades llevadas a cabo en el contexto del Código de Conducta.

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

El Código de Conducta permite una implementación sectorializada por territorios y marcas corporativas.

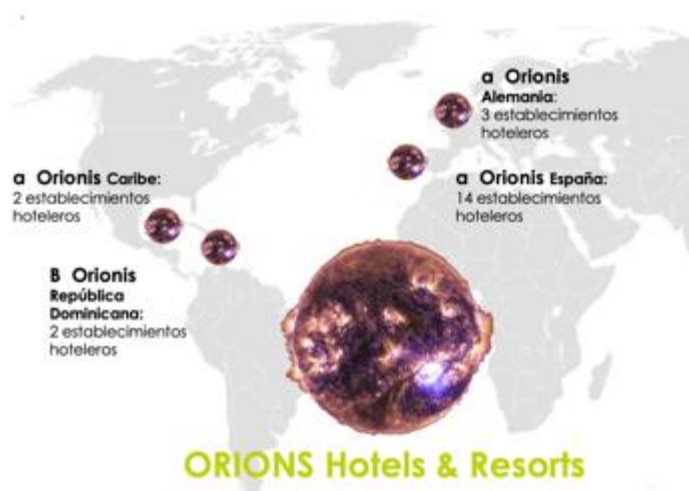
En el caso de las grandes compañías hoteleras, dada su complejidad estructural, éstas pueden:



- Implementar el Código desde la matriz para todos los países donde operen y todas sus marcas comerciales, franquicias o filiales.
- Implementar el Código desde la matriz para algunas de sus marcas comerciales, franquicias o filiales en todos los países donde operen.
- Animar a sus marcas comerciales, franquicias o filiales a que implementen el Código de manera autónoma.
- Implementar parcialmente el Código de Conducta.

ESTUDIO DE CASO 1. IMPLEMENTACIÓN POR PAÍSES

Pongamos el ejemplo del Grupo hotelero ORIONS Hotels & Resorts con sede en España y establecimientos hoteleros en España, México, República Dominicana y Alemania:



Desde ORIONS Hotels&Resorts inician el proceso de implementación del Código de Conducta considerando diferentes posibilidades:

Elección de aquellos países donde operan las diferentes marcas del grupo considerando dónde la iniciativa podría tener un mayor impacto.

**España
(sede) y
México**

Dentro de las anteriores, elección de aquellas marcas comerciales que puedan suponer una ventaja estratégica por su trayectoria como empresas socialmente responsables, el número y el tipo de clientes a que pueden hacer llegar el mensaje, etc.

**a Orionis
Caribe y β
Orionis
República
Dominica**

EJES DE LA ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN:

- ORIONS Hotels & Resorts introducirá una **cláusula coherente con los principios de respeto de protección de los Derechos de los Niños, niñas y adolescentes** que explicita el rechazo absoluto a cualquier tipo de vulneración de éstos dentro de su Política de Responsabilidad Social Corporativa
- ORIONS Hotels & Resorts **extenderá este estándar ético a sus proveedores y minoristas en España y México** para todas sus marcas otros socios corporativos a través de cláusulas informativas relativas a la Política de la empresa y el contenido del Código de Conducta.
- ORIONS Hotels & Resorts formará **y sensibilizará a su personal en cualquier nivel jerárquico de todas sus marcas**, especialmente en España (sede de la entidad) y México (país con una especialmente alta incidencia de delitos perpetrados contra la infancia y la adolescencia durante el primer año y extenderá esta formación.
- ORIONS Hotels & Resorts **sensibilizará e informará a sus clientes** a cerca del nuevo compromiso asumido por la compañía en cuanto a la adhesión al Código de Conducta y su contenido para todas sus marcas en España y México.
- ORIONS Hotels & Resorts fomentará **y fortalecerá el trabajo en red** a través del establecimiento de sinergias con agentes clave en pata todas sus marcas en España y México, durante el primer año.
- ORIONS Hotels & Resorts **evaluará anualmente** y valorará el impacto de las actividades llevadas a cabo en el contexto del Código de Conducta.

ESTUDIO DE CASO 2. OTRAS ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

La misma entidad, ORIONS Hotels&Resorts, está muy interesada en formar parte de una iniciativa a nivel internacional como el Código de Conducta.

Valora la importancia que tendría la aplicabilidad de los principios promovidos por la misma y considera que podría ser una herramienta extraordinariamente útil para materializar su intención de incorporar dentro de sus prácticas empresariales la perspectiva de la protección a la Infancia y la Adolescencia.

Pero se dan diferentes circunstancias (falta de recursos económicos, de recursos en materia de personal, etc.) que, en este momento, hacen inviable la implementación integral del Código de Conducta.

ORIONS Hotels & Resorts se plantea:

- **El inicio de una implementación parcial como corporación.** Elegirán cuál o cuáles de las seis directrices podrían ser asumibles en el momento presente, considerando que las diferentes actuaciones que lleven a cabo podrán ser acumulables de cara a una futura adhesión al Código de Conducta y servirán para configurar su futuro Plan de Acción.

ORIONS Hotels & Resorts decide empezar por la introducción de una cláusula dentro de su Política de Responsabilidad Social Empresarial comprometiéndose con la promoción y el respeto de los Derechos de la Infancia en todas sus actividades de negocio.

- **Involucrar especialmente a una o varias de sus marcas,** que en este momento cuenta con más recursos y una mayor capacidad para gestionar la iniciativa, para que implemente el Código de conducta de manera independiente.

ORIONS Hotels & Resorts alientará a a Orionis Caribe una de sus marcas más comprometidas con las iniciativas sociales para que implemente el Código de Conducta.

3.

MATERIALES Y RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

Como LCR en España, FAPMI-ECPAT España pone a disposición de las empresas signatarias una serie de recursos para facilitar la implementación de la iniciativa, disponibles a través de nuestra web: <https://www.ecpat-spain.org/code.asp?sec=4>

- **Guía para la implementación del Código de Conducta.**
- **Materiales de sensibilización.**
- **Materiales de capacitación.**
- **Curso online de capacitación.**
- **Materiales relativos a las políticas de protección de la infancia y la adolescencia y procedimientos asociados.**

UNIDOS CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA



Con el apoyo y financiación de:



FAPMI-ECPAT España es miembro de:

