

TU VIAJE HACIA
UNA

**Agencia exitosa
y responsable**



Etapa 3

**Un poco de
marketing y de
organizacion de
solicitudes de
reservas**

Semana 3 Dia 1 - Valores

Hoy hablamos más sobre cómo **comprometernos públicamente con nuestros valores.** Esto pasa por la presentación de **declaraciones** en tu pagina web o con tus documentos de reserva.

Las declaraciones ya existen y quiero mostrarte varios que puedes volver a **adaptar fácilmente a tu propio caso,** a tu propia empresa.

Semana 3 Dia 1 - Valores

Es importante estar al tanto de los **problemas relacionados con el trabajo infantil y la explotación sexual, el bienestar animal y transmitir este a los miembros** de su personal, pero también a sus clientes.

1. Código ético
2. Trabajo infantil y explotación sexual
3. Bienestar animal

Semana 3 Día 1 - Valores

1. Código ético

Hace exactamente 20 años la Asamblea General de la OMT elaboró el **Código Ético Mundial para el Turismo**, documento que fue adoptado en el año 2001.

El documento sigue siendo un **orientador clave** para los gestores de destinos, las comunidades, los gobiernos, los empresarios y los turistas.

https://facultades.usil.edu.pe/administracion-hoteleria-turismo-gastronomia/wp-content/uploads/2020/04/codigo-etico-mundial-para-el_turismo.pdf

Semana 3 Día 1 - Valores

1. Código ético - Resumen

El Código Ético Mundial para el Turismo sintetiza los **principios de la sostenibilidad**, propone un turismo responsable por parte de las empresas, enfatiza la **importancia de proteger los recursos culturales y naturales de las comunidades**, se preocupa por la libertad y derechos de los turistas, y piensa en los trabajadores de la industria y en regular sus condiciones laborales.

En suma, señala cómo potenciar lo bueno del turismo y **minimizar lo negativo** que puede generar esta industria. Sigue vigente y es especialmente **pertinente ante el cambio climático**, el rechazo al turismo, la diversificación de destinos emergentes, la economía compartida, entre otros.

Semana 3 Dia 1 - Valores

2. Trabajo infantil / Explotación sexual

A menudo, con nuestras agencias trabajamos en áreas remotas y **somos conscientes** de lo que sucede en las comunidades. Tenemos **la obligación de actuar y hablar**.

Para brindarle **más información sobre el trabajo infantil y la explotación sexual**, consulte los documentos adjuntos.

Espero que sean una base para tu información y conciencia.

Más informaciones:

<http://www.chsalternativo.org/blog/>

Semana 3 Día 1 - Valores

¿Qué es la ESNNA?

Es el uso del cuerpo de menores de edad con fines sexuales o eróticos a cambio de dinero, objetos (regalos, comida) u otro tipo de “beneficios”. Estos no necesariamente tienen que ser físicos; podrían ser, por ejemplo, una mejora en la nota escolar o la obtención de algunos privilegios en la escuela.

La explotación sexual es **una violación a los derechos humanos y vulnera el desarrollo físico, social y emocional** de las niñas, niños y adolescentes afectadas por esta situación.

Semana 3 Dia 1 - Valores

En el Peru

Según una estimación al 2015, el 3,98 % del total de la población peruana adulta reconocía haber sido alguna vez víctima de explotación sexual antes de cumplir los 18 años.

Se estima que en el ámbito nacional el número de menores de 10 a 17 años expuestas a posible explotación sexual varía entre 14 000 a 26 000 mujeres (2015).

Lamentablemente, es difícil acceder a cifras oficiales sobre la situación de las víctimas de ESNNA en el Perú.

Semana 3 Dia 1 - Valores

3. Bienestar de animales

Tu eliges los sitios a visitar con tus clientes; asegúrete de **no visitar zoológicos o espectáculos con animales** en los que no esté seguro de cómo se trata a los animales y por qué están allí.

Piense en los centros turísticos de la Amazonia donde los turistas pueden **ver y tocar a los perezosos**, lo que no es un comportamiento normal. **Nadar con tortugas o delfines no es un comportamiento normal** y expone a los animales a la vulnerabilidad.

Nuestro objetivo debe **ser proteger a los animales y el hábitat a través del turismo.**

Semana 3 Día 1 - Valores

3. Bienestar de animales

Queremos **brindar experiencias de alta calidad para nuestros viajeros** y la **protección de todos los animales** en el turismo, incluyendo:

- 1.El cuidado de los animales en cautiverio
- 2.El tratamiento de animales de trabajo como burros y camellos, y
- 3.Cómo observar responsablemente a los animales en la naturaleza.

Más que simplemente "no hacer daño", queremos demostrar que viajar con nosotros puede mejorar las cosas.

Semana 3 Dia 1 - Valores

3. Bienestar de animales

What we DON'T sell:

1.

No touching
wild animals.

2.

No feeding
animals
in the wild.

3.

No captive
marine
mammals.

4.

No animal
shows.

5.

No
cruelty.

6.

No trade of
endangered
species.

What we DO sell:

1.

Good
management.

All experiences involving
animals should be well
managed.

2.

Healthy animals
in captivity.

Animals in captivity
should be managed to
promote their health &
wellbeing.

3.

Well treated
working animals.

"Working animals" should
be well treated and not
overworked.

4.

Respect for
wildlife & habitat.

Wild animals and their
habitats should be
respected and treated
with care.

Nuestra política debe describir **qué experiencias con animales no vendemos**, pero también se centra en los tipos de experiencias **que queremos vender**. Después de todo, debemos mostrar que el turismo puede ser un motor poderoso para un cambio positivo en todo el mundo.