

## **ESPAÑA: Expertos ven la lucha contra el turismo sexual como "un reto para la industria" y un deber moral hacia los menores.**

### **La cadena hotelera Barceló firmó hoy en la Ciudad Condal el Código de Conducta Contra la Explotación Sexual Infantil**

MADRID, 16 (EUROPA PRESS)

El representante del Comité Ejecutivo de la Organización Internacional del Código de Conducta, responsable de sostenibilidad del grupo REWE Touristik GMBH y representante de la Asociación Alemana de Agencias de Viajes, Andreas Mueseler, destacó hoy, durante su intervención en el acto de firma del Código de Conducta Contra la Explotación Sexual Infantil por parte del Grupo Barceló, que éste "es un reto para la industria", y a la vez "un deber moral para con los niños".

A este acto, celebrado esta mañana en Barcelona, acudieron también el director general de 'Europa Vacacional' y miembro del Comité de Dirección de Barceló, Javier Berastain, el secretario general de la organización que lucha contra la explotación sexual comercial de la infancia ACIM-ECPAT España, Josep Antón Arrebola, la directora del Instituto Catalán de Acogimiento y Adopción del Departamento de Acción Social y Ciudadanía de la Generalitat de Cataluña, Silvia Casellas y la directora general de las Familias y Infancia de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad, Amparo Marzal, entre otros.

En palabras de Mueseler "es muy importante actuar y combatir dicho fenómeno, que atenta contra principios como la promoción de valores humanos, el intercambio, o el aprendizaje mutuo". Asimismo, remarcó que "no hay que ignorar las perspectivas de negocio que representa dicho compromiso para los clientes de la industria del turismo".

En este sentido, se refirió a la necesidad de colaboración entre las diferentes empresas del sector con la finalidad de expresar "con una voz común" el rechazo a los clientes que buscan viajar sólo con la finalidad de abusar de los niños.

Por último confió en que este nuevo compromiso de la cadena hotelera Barceló "represente un ejemplo de buenas y novedosas prácticas para la protección de la infancia y el turismo sostenible, especialmente en Latinoamérica y el Caribe".

#### **AGENTE SOCIAL DE CAMBIO**

Por su parte, Berastain recalcó que Barceló, y todas las empresas del sector, "son un agente social activo para combatir la 'lacra' de la explotación sexual infantil y permitir que los niños de todo el mundo puedan desarrollarse plenamente". En este sentido, se refirió al compromiso común en los cerca de 130 hoteles del grupo en más de 15 países:

"actuar decididamente para que no se produzcan abusos y se denuncie cualquier comportamiento en ese sentido".

"La firma del Código de Conducta implica considerar los hoteles de Barceló como espacios seguros, disuadir a los posibles abusadores de no acudir a sus establecimientos, informar a sus clientes del compromiso adquirido y solicitar la colaboración activa de todos sus empleados, clientes y proveedores", añadió.

Por último, anunció la firme voluntad de querer involucrar en la lucha en pro de la infancia a la Agrupación de Cadenas Hoteleras de Baleares y a la Asociación de Cadenas Hoteleras de España de las que el Grupo Barceló es miembro, considerando que representan en todo el mundo "miles de camas y varios millones de clientes".

Más allá de las cifras difíciles de cuantificar, todos los asistentes coincidieron en la idea de que "las víctimas de explotación sexual comercial tienen nombres y apellidos y una vida truncada a manos de adultos sin escrúpulos".

Arrebola recordó que estas situaciones "no sólo se llevan cabo en países lejanos con problemas económicos, sociales y políticos por parte de ciudadanos occidentales que buscan nuevas sensaciones en el mercado del sexo infantil, sino también en países llamados desarrollados, como España", y apostó por la necesidad de redoblar esfuerzos "para tornar visibles dichos comportamientos, acabar con los abusos que se están produciendo y prevenir su continuación".

Por último, insistió en que la industria turística "puede y debe ser una aliada de referencia frente a las mafias que controlan este mercado y sus clientes que acostumbran a aprovechar parte de sus infraestructuras".

El Código es un instrumento específico para las empresas del sector turístico, --actualmente cerca de 250 empresas en 27 países han firmado el documento--, cuyo éxito dependerá también de la posición que adopten otros colectivos como los clientes y ciudadanos responsables, que deben exigir que las compañías que les sirven tengan políticas de protección a la infancia --como las tienen ya para la preservación del Medio Ambiente o la sostenibilidad--, y de las instituciones públicas y los organismos internacionales.

<http://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/132278/01/07/RSC-Expertos-ven-la-lucha-contr-el-turismo-sexual-como-un-reto-para-la-industria-y-un-deber-moral-hacia-los-menores.html>