

La UJI impulsa un código ético pionero que reforzará las empresas turísticas - Mediterráneo - 15/12/2016

ABARCA LA COMUNITAT Y SE EXPONDRÁ EN ENERO

La UJI impulsa un código ético pionero que «reforzará» las empresas turísticas

► García Marzá indica que los valores dan calidad y diferencian a un destino de otro

NOELIA MARTÍNEZ
nmartinez@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Las pymes que se apuntan a las buenas prácticas que proponga en el 2017 el nuevo Código Ético de Turismo, adaptado a la Comunitat, serán más atractivas para los turistas, por su buena imagen y calidad, y contribuirán a que Castellón, Valencia y Alicante se di-



DOMINGO GARCÍA MARZÁ
CATEDRÁTICO DE ÉTICA DE LA UJI
«La Comunitat ya es un destino hospitalario, cordial y profesional, y esto debe potenciarse»

«Empresas, municipios, Generalitat y los propios turistas deben incorporar estos compromisos»

ferencien como destinos frente a otros rivales. Así se reflejó ayer en la presentación en Valencia de este proyecto de turismo responsable, a cargo del catedrático de Ética de la UJI, Domingo García Marzá, que está liderando la iniciativa con la Generalitat.

El objetivo es acoplar a la Comunitat el Código Ético de la Organización Mundial de Turismo (OMT), que la Agencia Valenciana de Turismo (AVT) ha suscrito y al que ayer se adhirieron empresas y asociaciones. Ese nuevo instrumento, en el que trabaja el equipo de la UJI, será pionero en su adaptación «a la realidad de un territorio», y propondrá recomendaciones prácticas a las empresas, municipios, la AVT y los propios visitantes. Según explicó García Marzá, ahora la iniciativa se encuentra «en el primer peldaño» y el borrador se someterá a exposición pública, para recabar opiniones, «durante un mes», a principios del nuevo año.

COMISIÓN Y ALERTAS / Seguidamente, relató: «Se creará una Comisión de Ética y Responsabilidad Social del Turismo, que velará porque se cumpla el código, pero sin poder jurídico». Y el tercer eje será impulsar una línea de comunicación ética, «un canal para



► El catedrático de Ética de la Universitat Jaume I de Castellón, Domingo García Marzá, ayer, en el Cdt de Valencia.

que cualquiera pueda expresar quejas, sugerencias, etc»; así como cursos de ética para pymes.

Por ahora, el catedrático explicó que se ha hecho un trabajo de campo, con 400 encuestas a agentes turísticos, «y un 96% ve necesario este código». ¿Pero qué supone en la práctica? García Marzá señaló que si el empresario trabaja valores que ya tiene, «como la hospitalidad, cordialidad y profesionalidad», estos «generan confianza en el sector, diferencian nuestra oferta, y proporcionan innovación y cohesión».

Añadió, finalmente, que los recursos naturales y patrimoniales también marcan la diferencia. «Un paisaje que emociona es un valor para un destino turístico y puede influir a la hora de elegir qué territorio se visita», dijo. ▢

Puig confía en mejorar la imagen y levantar la «hipoteca reputacional» de la Comunitat

► El 'president' de la Generalitat, Ximo Puig, presidió la presentación del proyecto del código ético autonómico y resaltó que «contribuirá a fortalecer el sector turístico en la Comunitat y ayudará a mejorar la imagen y levantar la hipoteca reputacional». En el acto, precisamente, nueve empresas y varias entidades firmaron el compromiso de cumplir el Código Ético Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT), referencia para el que pronto tendrá la Comunitat y cuya gestión trabaja el equipo de expertos de la UJI.

► El jefe del Consell destacó que esas compañías son «pioneras», al asumir voluntariamente los principios de la OMT, siendo «la mejor tarjeta de presentación y aportando prestigio». Así, las empresas se comprometen a observar, promover y aplicar los valores del desarrollo sostenible y responsable, y a animar a extenderlos a otras. Por ahora, lo han rubricado Air Nostrum, Balearia, Hosbec, la Unión Hotelera, la Federación de Campings de la Comunitat, AEVAV, Camping Lo Monte, Casual Hoteles e Itineratur (de Castellón).