



4/08/06

'Turismo Justo' estudia crear una Guía de Buenas Prácticas que ayude a las empresas a invertir en proyectos de RSC

El vicepresidente de 'Turismo Justo', Joan Miguel Gomis, ha anunciado la intención de esta organización sin ánimo de lucro de estudiar la elaboración de una Guía de Buenas Prácticas que ayude y anime a las empresas del sector a invertir en proyectos de responsabilidad social.

Así lo explicó Gomis en una entrevista publicada recientemente en el boletín Editur, un semanario profesional dirigido al sector turístico, en la que se refirió a la labor de esta ONG, nacida hace un año con el objetivo de concienciar a la sociedad de la necesidad de un turismo 'más responsable y sostenible' e impulsar acciones de desarrollo en los países del Sur.

Otros de los proyectos que esta ONG se plantea a no muy largo plazo es trabajar en la creación de una acreditación de turismo justo, 'igual que hay certificaciones de calidad o Medio Ambiente'. 'Distinguiría a las empresas que actúan con responsabilidad social y 'Turismo Justo', como ONG, entregaría estos sellos', explica. 'Hemos visto que la idea de turismo justo es buena, que muchas personas creen ya en este proyecto, y estamos seguros que de esto irá a más', agrega.

'Turismo Justo' fue una iniciativa puesta en marcha por Gomis y Carles Tudurí, dos periodistas y profesores de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) que este verano han inaugurado una nueva campaña que busca la sensibilización, esta vez de los consumidores y viajeros, bajo el título 'Cuando viajes, piensa en ellos'.

'El turismo es una actividad económica muy importante, pero cabe preguntarse si realmente sirve para redistribuir la riqueza o si mantiene y acentúa los desequilibrios', explicó, de ahí la idea de crear esta ONG, con el fin de trabajar por que se cumpla la primera opción y nunca la segunda. 'Se trata del mismo concepto del comercio justo, pero aplicado al turismo', apostilló.

Para ello 'Turismo Justo' pone en marcha tres grandes líneas de actuación basadas en la sensibilización, la formación y la investigación y proyectos. Según detecta este experto, en los años 80 el 'leit motiv' del sector, y de todas las empresas en general, era la calidad, en los 90, el Medio Ambiente, y en este nuevo siglo XXI 'es la responsabilidad social'.

'Hasta ahora, cuando una empresa turística proyectaba grandes instalaciones en un país en desarrollo sólo se preocupaba de la calidad, o como mucho del Medio Ambiente, pero no se preocupaba de los impactos a los habitantes del lugar', explica Gomis en la entrevista. 'La tendencia ahora es que esto vaya cambiando y las empresas empiecen a preocuparse de que su inversión repercuta también en la mejora de las condiciones de vida de la población local', agrega.

Como propuesta para estas empresas Gomis destaca destinar recursos a la formación y a la mejora de las infraestructuras, o dar empleo a la población local, e incluso comprar productos de alimentación, o de otro tipo, de procedencia autóctona para abastecer las instalaciones hoteleras o turísticas. Desde organizaciones como 'Excelltur' 'ya empieza a haber movimientos en esta línea', señala Gomis. 'El turismo debe ser un factor de retribución de la riqueza en los países donde hoy una minoría vive en la abundancia y una gran mayoría lo hace en condiciones de escasez', insiste.

PROYECTOS Y CONTACTOS

En materia de proyectos de cooperación, 'Turismo Justo' ya ha mantenido contactos en personas y asociaciones de diversos países, como Uruguay, Argentina y Honduras. 'Hay varias opciones en estudio y antes de un año podremos poner en práctica al menos dos o tres proyectos de este tipo', aunque 'el tema es complejo porque hay que lograr financiación y los recursos de la ONG son muy limitados', dijo.

Ahí es donde se ubica su proyecto de Guía de Buenas Prácticas para el sector, un documento que les dirija hacia inversiones relacionadas con el turismo justo y la RSC. Además, su idea es también documentar el concepto, porque para muchas personas 'aún no está claro qué significa'.

Para financiar estas iniciativas Gomis apuesta por varias vías: la primera de ellas sería la captación de socios y la segunda el patrocinio por parte de empresas. En el caso de la edición de esta Guía de Buenas Prácticas se buscarán patrocinadores concretos.