

Introducción

El turismo es la industria que tiene el crecimiento más alto en el mundo, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT). Durante los últimos 16 años, sus ingresos aumentaron en promedio un 9 por ciento anual, hasta alcanzar los \$455.000 millones en el año 1999. En los países en desarrollo, los negocios turísticos suponen, aproximadamente, el 10 por ciento de su producto interno bruto.

Y Costa Rica no es la excepción, aquí también el turismo se ha desarrollado enormemente en los últimos años. El objetivo de este artículo científico es dar a conocer la problemática que se está presentando en la industria turística costarricense en relación al turismo sexual de menores; así como la aplicación de herramientas éticas, legales y mercadotécnicas que se están llevando a cabo en el país, con el fin de contribuir a la erradicación de este problema social.

El turismo como industria trae grandes beneficios económicos a Costa Rica, aportando fuentes de trabajo gracias a las inversiones nacionales y extranjeras de empresas involucradas en la prestación de servicios turísticos tales como hoteles, renta de autos, agencias de viajes receptoras, tour operadoras, restaurantes entre otros.

Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en el 2005, Costa Rica recibió 1,6 millones de turistas, los cuales para un país de tan solo cuatro millones de habitantes, se convierte en la principal fuente de ingresos. Solo ese año, los visitantes dejaron \$1600 millones en nuestra economía.

Sabemos que el turismo es una de las principales fuentes de ingresos para el país, pero la promoción también trajo consigo una imagen de destino sexual que se está incrementando a través del tiempo. Por esta razón es importante enfocar el tema del código de conducta contra la explotación sexual de menores desde un punto de vista de mercadotecnia sostenible, con el fin de generar conciencia en la industria turística y en sus desarrolladores para erradicar esta mala imagen externa que Costa Rica lleva sobre su espalda.

Los turistas tanto extranjeros como locales traen consigo un impacto en los diferentes lugares que visitan en el país; no sólo en los senderos naturales o playas que caminen, más bien en la gente y economía local. Al respecto Quesada (2002) explica que "los efectos causados por los turistas son muy variados y por ello su impacto en los destinos puede ser tanto positivo como negativo. Otros aspectos donde comúnmente se le imputa al turismo su cuota de influencia, es en el consumo de bebidas alcohólicas y drogas, así como en el fomento de la prostitución" (p.148, 150).

Uno de los efectos negativos causados por el desarrollo turístico, no solo en el medio ambiente y la cultura, es la prostitución de personas mayores de 18 años así como de niños y adolescentes que son involucrados en esta actividad para poder alivianar sus necesidades económicas propias y de sus familias.

La prostitución por tanto, crea un nocivo canal de distribución donde se involucran diferentes tipos de intermediarios que se benefician económicamente ya sea por parte de turistas extranjeros o los mismos residentes del país.

De acuerdo a las organizaciones ECPAT (Fin de la Prostitución Infantil, Pornografía Infantil y Tráfico de Niños con Propósitos Sexuales por sus siglas en inglés) y la OMT (2006) señalan que “los niños son explotados sexualmente en todas las partes del mundo, especialmente en el Suroeste de Asia, Latinoamérica, África y Europa del Este. Las estimaciones de la UNICEF indican que un millón de niños entran en el multimillonario mercado comercial de sexo todos los años” (p. 3).

Varios explotadores sexuales o proxenetas en Costa Rica se encuentran actualmente descontando penas en prisión tal es el caso de Sinaí Monge; quien se encontró culpable del delito de proxenetismo agravado (ver tabla N° 1) al usar menores de edad mediante una red de servicios sexuales a turistas extranjeros y residentes.

La policía local en conjunto con autoridades internacionales ha logrado la detención de pedófilos. Tal es el caso de *Arthur Kanev*, el primer estadounidense extraditado hacia Costa Rica en el 2004 por delitos sexuales contra menores en Quepos, Puntarenas.

En nuestro país mediante un convenio de cooperación entre la Fundación PANIAMOR (representante en Costa Rica de ECPAT Internacional), y diferentes asociaciones de la industria turística se acordó implementar el código de conducta en el sector turístico nacional con el fin de erradicar y sancionar la explotación sexual de menores de edad como un eje del turismo responsable y sostenible.

El turismo sexual organizado y el turismo sexual infantil

Desafortunadamente, existe ya una denominación o categorización de turismo cuyos fines incluyen encuentros sexuales organizados ya sea con adultos o menores de edad generalmente en países no desarrollados.

Según la Declaración para la Prevención del Turismo Sexual Organizado de la OMT (2006) se define el turismo sexual como "aquellos viajes organizados desde el sector turístico o fuera de éste sector, pero utilizando sus infraestructuras y red, con el propósito prioritario de que el turista mantenga una relación sexual comercial con residentes en del destino del viaje, lo que trae consigo graves consecuencias de salud, sociales y culturales, especialmente, cuando la explotación se produce en desigualdad de edad, social y económica" (p.6).

En el término amplio de prostitución infantil, la ECPAT de Australia (2006) definió el turismo sexual infantil como “la explotación de niños por personas que viajan desde su país de origen a otro, normalmente menos desarrollado, para contratar servicios sexuales con menores” (p.6).

A la industria turística a nivel mundial nunca se le ha acusado directamente el fomentar un turismo sexual con menores de edad, pero es evidente que si no hay un control sobre los individuos u organizaciones que diseñan viajes de este tipo, instalaciones que lo permitan así como proveedores de servicios que saben que están siendo usados pero no hacen nada al respecto, esta actividad se mantendrá.

Existe por tanto un nivel de responsabilidad el cual ECPAT (2005) define en varios términos: “la responsabilidad directa le corresponde a aquellas personas que difunden, organizan y reciben viajes de turismo sexual así como a los operadores de negocios o establecimientos donde los viajeros pueden contactar o explotar a menores, tales como hoteles, bares, restaurantes. Una responsabilidad indirecta le corresponde a los tour operadores, agencias de viajes receptivas, transportistas, aerolíneas, si son conscientes de que están siendo utilizados como medios para conducir a los turistas sexuales declarados o potenciales a los destinos” (p. 6,7).

Explotadores sexuales

Los explotadores sexuales de niños son personas que buscan tener cualquier acto sexual o erótico a cambio de una remuneración económica. No necesariamente tienen que ser pedófilos, término que define a aquellas personas que sufren un trastorno psicosexual en la atracción erótica por niños; sino que también se encuentran los abusadores sexuales ocasionales quienes creen que al estar en otro país con una cultura diferente la moral no va a ser la misma y a la vez llegan a creer que están ayudando económicamente a estos niños para aliviar la pobreza en que muchos de ellos viven.

Al respecto en la declaración y agenda para la acción del Congreso Mundial contra la Explotación Sexual Comercial de la Niñez (2005) se manifiesta que: "la explotación sexual comercial de la niñez es una violación fundamental de los derechos de la niñez. Abarca el abuso sexual por parte del adulto, y remuneración en dinero o en especie para la niña o para una tercera persona o personas. La niña es tratada como objeto sexual y como mercancía. La explotación sexual comercial de la niñez constituye una forma de coerción y violencia contra ésta, equivale a trabajo forzado y constituye una forma contemporánea de esclavitud" (p.8).

En lo que respecta a los abusadores sexuales ocasionales ECPAT (2005) manifiesta que "los explotadores sexuales de niños no son exclusivamente los pedófilos, sino que aumentan los casos de los

denominados abusadores sexuales ocasionales, que desean experimentar el sexo con menores.

Muchos de estos tipos de explotadores buscan niños por la simple razón de que ellos creen erróneamente, que el riesgo de contraer el virus VIH es más bajo manteniendo sexo con menores que con adultos" (p.7).

¿Cuántos niños, niñas y adolescentes son víctimas?

Para lograr medir la cantidad de menores de edad que sufren de explotación sexual en el mundo se han encontrado diversas barreras como la falta de recurso humano y financiero, gobiernos que quieren negar la existencia del problema, represalias de los proxenetas; por lo que hasta la fecha no existe un método cuantitativo que permita obtener estos datos.

En Costa Rica existe este mismo problema, aunque las autoridades a cargo lograron determinar que la edad de los menores explotados sexualmente ronda entre los 10 y 17 años y se ubican en diferentes lugares y ambientes.

Según ECPAT (2005) "no existen mecanismos confiables para determinar la cantidad de personas menores de edad explotadas en la industria del sexo mundialmente. Existen varias razones, por ejemplo: no se ha desarrollado aún una metodología común que permita estimar el número de niños, niñas y adolescentes

explotados; y las definiciones de lo que se considera explotación sexual comercial no son universales" (p.42).

Además indica que "gran parte de la explotación es clandestina, se da a través de contactos en clubes nocturnos, bares o a través de servicios de acompañantes que utilizan departamentos privados alquilados. Como la explotación sexual comercial de menores de edad es una actividad de carácter ilegal, se hace muy difícil para quienes intentan compilar datos ya que son hostigados, intimidados o amenazados verbal o físicamente" (p.43).

Dentro del contexto Costarricense la Fundación Paniamor (2005) indica que "dentro de las personas menores de edad en explotación sexual comercial hay niñas, niños y adolescentes con edades que oscilan principalmente entre los 10 y 17 años. Se pueden ubicar en cuatro grupos: el grupo en la calle, el grupo en explotación más encubierta, el grupo de escolares y colegiales y las personas menores de edad en centros no tradicionales de explotación como por ejemplo los salones de patines, salas de video juegos, piscinas públicas y lugares con gran aglomeración de personas menores de edad, en las afueras de bares frecuentados por personas jóvenes" (p.2).

Inician esfuerzos contra el turismo sexual

En octubre de 1995, los estados miembros de la OMT adoptaron una posición firme contra el turismo sexual organizado. Se aprobó por unanimidad la "Declaración para la Prevención del Turismo Sexual Organizado". Esta declaración define las responsabilidades de los gobiernos de países emisores y receptores, así como las del sector turístico.

Establece además que se "denuncia y condena en particular el turismo sexual que afecta la infancia por considerarlo como violación del artículo 34 de la convención sobre los derechos del niño, y requiere una estricta acción jurídica por los países emisores y receptores de turistas" (p.1).

El artículo 34 de la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas (2001) insta a los estados a "tomar todas las medidas apropiadas para impedir: a) la iniciación o la coacción para que un niño/a se dedique a cualquier actividad sexual ilegal, b) la explotación de un niño/a en la prostitución u otras prácticas sexuales ilegales y c) la explotación del niño/a en espectáculos o materiales pornográficos" (p.3).

En 1996 se da otro esfuerzo, cuando la organización ECPAT Internacional celebró el primer Congreso Mundial contra la Explotación Sexual Comercial de Niños en Estocolmo, Suecia. Allí se creó un grupo de trabajo internacional para una declaración y una agenda de acción. Este grupo estaba conformado por representantes

de los gobiernos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y la industria turística representada por la OMT.

Es por esto que la declaración y agenda de acción (1996) "recomienda las siguientes vías para combatir la explotación sexual comercial con niños:

- § Cooperación entre países y entre diferentes sectores de la sociedad.
- § Movilizar la infraestructura turística y al mundo de los negocios para que sus infraestructuras no sean utilizadas por la red de turismo sexual comercial.
- § Criminalizar el turismo sexual con niños.
- § Acciones para asegurar que las leyes, planes y programas contra el turismo sexual con niños, están establecidas y desarrolladas.
- § Establecer unidades especiales en la policía.
- § Rehabilitación de niños.
- § Medidas preventivas en forma de educación e información" (p. 4).

Los resultados finales de esta declaratoria y agenda trajeron consigo la iniciativa de elaborar un código de conducta tanto para los países de origen como los países de destino de turismo.

¿Qué se está haciendo en Costa Rica?

Durante la administración Rodríguez (1998-2002), nuestro país fue noticia en diferentes partes del mundo debido a varios reportajes periodísticos que realizaron medios internacionales para denunciar el comercio sexual de menores de edad en Costa Rica.

Después de publicados estos reportajes el gobierno de Costa Rica reconoció que el problema existía, pero negó que se tratara de una gran cantidad de menores explotados sexualmente. Esta respuesta despertó aún más las críticas por parte de organizaciones defensoras de la niñez, como fue el caso de Casa Alianza quien calificó de pasivos a diferentes ministerios que les correspondía atender este asunto.

Al respecto Golcher (2001) en su nota periodística informó que “Mónica Nágel, ministra de Justicia, aseguró que el tema tiene un lugar importante en la agenda del Gobierno del presidente Miguel Ángel Rodríguez. Sin embargo, Bruce Harris, director ejecutivo de Casa Alianza, que trabaja en México y Centroamérica con niños de la calle, afirmó que las medidas del Estado están cargadas de indolencia. El equipo del mandatario Rodríguez reconoce que el problema existe, pero niega que 3.000 menores sean víctimas de este tipo de comercio en Costa Rica, como sostiene Harris” (p. 8A).

Harris (2001) se refirió al tema indicando que “nosotros nos basamos en el informe del año 2000 del Departamento de Estado de Estados Unidos, donde citan como fuente al PANI, y se dice que son

3.000 solo en San José. El presidente Miguel Ángel Rodríguez, el ministro de seguridad, Rogelio Ramos, la ministra de Justicia, Mónica Nágel, y la presidenta del Patronato Nacional de la Infancia (PANI), Virginia Rojas son muy pasivos. Solo les preocupa la imagen y no los niños" (p.8A).

Contradictoriamente Bruce Harris fue despedido en Julio de 2004 de su cargo en la mencionada organización por una investigación de autoridades hondureñas por el supuesto pago de favores sexuales a un joven de 23 años, quien supuestamente había estado en el programa Casa Alianza Honduras. Al respecto en su nota periodística Arguedas informó que "... el Ministerio Público de Honduras ordenó una investigación alrededor de las actuaciones de Harris, así como de los programas que ejecuta Casa Alianza en ese país" (p.4A).

Al llegar al 2003 la industria turística costarricense decidió unirse, con el fin de poner un alto a este problema, por lo que se inició un proyecto para habilitar un código de conducta para la protección de los niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual comercial en viajes y turismo.

En Costa Rica el proyecto es patrocinado por la Fundación Paniamor en conjunto con la Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT), la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo (ACOPROT) y Visión Mundial Costa Rica con el apoyo

financiero de Fundecooperación (Cooperación de Holanda), posteriormente se sumó al grupo la ONG *Save the Children*.

Según María Teresa Guillén, coordinadora del proyecto Código de Conducta en la Fundación Paniamor (2006): “el contenido de la capacitación que se da a colaboradores de todos los niveles de las empresas turísticas interesadas en firmar el código, aborda temas tales como conceptos básicos sobre qué es la explotación sexual de menores, sus factores asociados, el marco legal existente, se realizan dinámicas de cómo responder ante situaciones específicas y se analiza cuál será el procedimiento que va a tener la empresa en caso de alguna situación de consulta de un cliente en relación a menores de edad”.

En lo que respecta a números y tipos de empresas firmantes indicó que “por el momento hay 135 empresas turísticas participantes del código y alrededor de 3.300 personas capacitadas, hoteles del área metropolitana, zona costera de Limón, Puntarenas y Guanacaste. Además empresas de renta de autos, operadores de turismo y agencias de viajes receptoras, compañías de taxis y su sindicato y el personal de atención a cruceros de JAPDEVA en la provincia de Limón”.

La empresa turística que decide firmar el código se compromete a seguir una serie de pasos en sus actividades dentro y fuera del negocio así como a asumir una responsabilidad social. ECPAT (2005) indica que los criterios que rigen dicho código son:

“1. Establecer una política corporativa ética en contra de la explotación sexual de los niños.

2. Educar y formar a su plantilla tanto en el lugar de origen como en los destinos de viaje en materia de explotación sexual comercial infantil.

3. Introducir una cláusula en los contratos con proveedores en la que se rechaza conjuntamente la explotación sexual de niños.

4. Ofrecer información a los viajeros mediante catálogos, carteles, videos informativos a bordo de los aviones, billetes, páginas *web* u otros canales que se consideren oportunos.

5. Ofrecer información a los agentes locales clave en los destinos.

6. Elaborar un informe anual sobre la aplicación de estos criterios (p. 11 y 12)”.

Además de la firma e implementación del código, otro esfuerzo que se realiza ante esta problemática es el lanzamiento de una campaña publicitaria en inglés llamada “*Protected Areas*” o “Áreas Protegidas”, la cual inició a principios del año 2006 y responde al punto 4 de los criterios antes mencionados: ofrecer mediante diferentes canales de comunicación y dependiendo de la ubicación del receptor del mensaje información sobre la existencia de un código de conducta.

Esta campaña es organizada por los representantes del código de conducta y la industria turística firmante. Cuenta con el patrocinio del ICT y el Ministerio de Relaciones Exteriores; su objetivo es desestimular que un posible explotador sexual de menores se acerque a preguntar a los hoteles o agencias de viajes, así como a los negocios relacionados con el turismo sobre la posibilidad de obtener relaciones sexuales remuneradas con menores de edad.

Guillén (2006) menciona que “la campaña tiene varias tonalidades de mensaje dependiendo del lugar donde se encuentre el turista, por ejemplo la línea de la campaña en los aeropuertos internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber es más represiva por ser puertos de entrada. Los taxistas, autos rentados, transporte turísticos cuentan con mensajes adheridas a la parte de atrás de los asientos que advierten que tener sexo con un menor de edad es un delito y que ellos mismos lo pueden llevar directo a la cárcel”.

Guillén además indicó que en las instalaciones de hoteles firmantes “la campaña tiene una línea mas suave, hay un acrílico que puede ser colocado en la recepción o áreas comunes con un mensaje que indica que Costa Rica solo recibe turistas que practican un turismo sostenible y responsable. Estos mensajes junto con tarjetas postales y folletos se van a estar distribuyendo con la ayuda del ICT y empresas turísticas que asistan a ferias de turismo en el extranjero o a nivel nacional”.

Todos estos esfuerzos anteriormente mencionados se respaldan por una ley que condena a aquellas personas que exploten sexualmente a un menor de edad. Tal es el caso de la de la primera banda de cinco personas que fue sentenciada el 5 de diciembre de 2002 con un total de 100 años de cárcel, quienes se autodenominaban Asociación de Pedófilos de Anónimos de Costa Rica, donde el líder identificado por las autoridades laboraba en una facultad de la Universidad de Costa Rica.

Al respecto Martín (2003) informó “fueron hallados culpables de abusos sexuales contra menores, proxenetismo agravado, corrupción, suministro de drogas a menores, producción de pornografía, asociación ilícita y relaciones sexuales remuneradas con menores. Los jueces les impusieron a los acusados un total de 100 años de cárcel”. Además mencionó que uno de los acusados “era técnico en audiovisuales de la Universidad de Costa Rica (UCR), que aprovechó equipos de la institución para producir material pornográfico relacionado con el abuso de menores” (p.4).

La Ley 7899 de la República de Costa Rica (1999) indica que “la explotación sexual comercial de la niñez y la adolescencia es una actividad lucrativa e ilícita que obedece a un conjunto de prácticas sociales propias de una cultura de ejercicio abusivo del poder y violencia frente a quienes por su condición histórica de subordinación

o bien debido a sus circunstancias de vida suelen ser mas sensibles y vulnerables” (p.1).

La ley contiene los diferentes tipos o modalidades de explotación sexual de menores en sus trece artículos, en el siguiente cuadro-resumen se detallan los más relevantes:

Artículo	Acción	Penas de prisión	Edades
160 Relaciones sexuales remuneradas con personas menores de edad	Pagar a una persona menor de edad de cualquier sexo para que ejecute actos sexuales o eróticos.	4 a 10 años 3 a 8 años 2 a 6 años	Menor de 12 años Mayor de 12 años pero menor 15 Mayor de 15 años pero menor 18
167 Corrupción	Se entiende por corrupción: Ejecutar actos sexuales ante personas menores de edad con fines eróticos, pornográficos u obscenos en exhibiciones o espectáculos	3-8 años	Menores de edad
168 Corrupción agravada	Mismo al anterior con propósitos de lucro	4 a 10 años	Menor de 12 años
169 Proxenetismo	Promover la prostitución de personas de cualquier sexo, las induzca a ejercerla, las mantenga en ella o las reclute	2 a 5 años	Mayor de 18 años
170 Proxenetismo agravado	Mismo al anterior y si hay abuso de autoridad, situación de necesidad de la víctima	4 a 10 años	Menor de 18 años
171 Rufianería	Quien se haga mantener por una persona que ejerza la prostitución explotando las ganancias	4 a 10 años 3 a 9 años	Menor de 12 años Mayor de 12 años y menor de 18
172 Trata de personas	Quien promueva, facilite o favorezca la entrada o salida del país de personas de cualquier sexo, para que ejerzan la prostitución o servidumbre sexual o laboral	3 a 6 años 4 a 10 años Si media alguna de las circunstancias del proxenetismo agravado	

Artículo	Acción	Penas de prisión	Edades
173 Fabricación o producción de pornografía	Quien fabrique o produzca material pornográfico utilizando a menores de edad o su imagen	3 a 8 años 1-4 años para quien comercie, transporte o ingrese al país con este tipo de material	
174 Difusión de pornografía	Quien comercie, difunda o exhiba material pornográfico a personas menores de edad o incapaces	1-4 años	

Gracias a esta ley, Costa Rica cuenta con bases normativas adecuadas para frenar la explotación sexual de menores y se continúan dando detenciones de individuos por parte de las fiscalías de delitos sexuales. Según la Fundación Paniamor (2005) “durante los últimos cinco años, la Fiscalía de Delitos Sexuales ha detenido en Costa Rica a 86 personas por delitos relacionados con la explotación sexual comercial de menores de edad, de ellos 62 son nacionales y 24 extranjeros. Algunos cumplen condenas superiores a 40 años” (p.4).

ECPAT (2005) indica que “en Centroamérica, únicamente Costa Rica ha realizado una revisión y adecuación mayor al aprobar la ley 7899 que introdujo cambios importantes al código penal vigente para poder sancionar los diferentes hechos delictivos. No obstante, inclusive en esta ley, aún existen vacíos como la falta de la sanción por la tenencia de pornografía infantil y adolescente y su divulgación entre adultos si ocurre sin fines comerciales”.

La legislación extraterritorial a la vez permite a un país procesar a sus ciudadanos por delitos cometidos fuera del país, por ejemplo Guillén (2006) indicó que “aparte de la ley 7899 de nuestro país se suma la Ley *Protect Act* promulgada en el 2003 por la Administración Bush de los Estados Unidos de Norteamérica indica que cualquier ciudadano estadounidense o residente que viaje al extranjero y explote sexualmente a una persona menor de 18 años, incurre en un delito penalizado en los Estados Unidos”.

La ley 7899 tiene un vacío, que es no sancionar a quien tenga en su poder material pornográfico de menores de 18 años y su distribución entre mayores de edad sin fines de comercio.

Al respecto la diputada socialcristiana Ana Helena Chacón (2006) en un artículo de opinión expresó que “mi principal preocupación ha sido el introducir la penalización de la tenencia de pornografía infantil, así como la fabricación o producción de material pornográfico por cualquier medio, incluyendo el informático, utilizando a personas menores de edad; aspectos que hasta la fecha han quedado impunes, por no estar expresamente tipificados en la ley” (p.12).

Aparte de esto existen problemas a nivel de operación y de práctica de las autoridades competentes para realizar las investigaciones de delitos sexuales contra menores.

Al respecto Guillén (2006) menciona que “la aplicación de la ley que le compete al Ministerio Público debe mejorarse, el proceso de recolección de las pruebas debe ser mejor para poder condenar, por ejemplo el testimonio de las víctimas ya que a veces se retiran del proceso por temor. La falta de recursos del Organismo de Investigación Judicial para que realice las investigaciones en lo que compete a desplazamientos, hospedaje, alimentación, marca de dinero, etc.”.

Parte de los problemas operacionales se vienen solucionando gracias a las donaciones de gobiernos que están conscientes que sus mismos ciudadanos están llegando al país a cometer delitos contra menores de edad. El gobierno de los Estados Unidos tiene un convenio con la República de Costa Rica para combatir la explotación sexual de menores.

ACAN-EFE (2005) indicó en su artículo periodístico que “el gobierno de los Estados Unidos donó al Poder Judicial de Costa Rica equipo valorado en \$100.000 para ayudar a combatir la explotación sexual infantil, informó el embajador estadounidense, Mark Langdale. El equipo consiste en computadoras, teléfonos celulares, uniformes, armas, chalecos antibalas y vehículos, entre otros. La donación forma parte de un programa de cooperación por parte del gobierno estadounidense que incluye programas de capacitación al personal judicial, mediante el cual ya se ha capacitado a 120.000 oficiales costarricenses, precisó el embajador”.

También el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) impartió cursos a diferentes cuerpos policiales de Centroamérica, México y Belice desde el año 2005 en Panamá. Al respecto en una nota informativa de ACAN-EFE, Nils Kastberg (2005) director regional de UNICEF explicó que “la policía y los fiscales son aliados claves para lograr la efectiva aplicación de las leyes y la protección de las víctimas, tanto en la investigación de estos delitos como en el procedimiento penal”.

Finalmente, en Costa Rica otra herramienta que refuerza la importancia de implementar el código de conducta en la industria turística es el programa desarrollado por el ICT denominado Certificado de Sostenibilidad Turística (CST). La empresa que es certificada con el CST se beneficia con la estrategia de mercadeo que impulsa el ICT ya que la marca CST esta ligada a su campaña. Además puede utilizar esta marca como un factor de diferenciación de su oferta que los identifica como sostenibles.

Para poder categorizar la sostenibilidad turística de la compañía que desee someterse a evaluación se diseñó un cuestionario con preguntas específicas que representan un elemento de sostenibilidad, para evaluar qué tanto se cumple con los estándares prefijados en diferentes niveles. Para medir y ubicar estos niveles, el CST establece una escala de 0 a 5 en las que cada número indica la posición relativa de la empresa en términos de sostenibilidad, un sistema similar al

que se emplea para la categorización de hoteles por medio del sistema de estrellas.

Al respecto el CST (2006) explica que “es un programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. Con este fin se evalúan cuatro ámbitos: entorno físico-biológico; planta de servicio; cliente externo; entorno socioeconómico” (p.1).

El ámbito de cliente externo es el que va más relacionado a la lucha contra la explotación sexual de menores en turismo, pues en éste se evalúa que la empresa esté invitando a sus clientes a participar en la implementación de políticas de sostenibilidad.

Por ejemplo, los formularios de evaluación para hoteles y tour operadores preguntan en el apartado sobre políticas y programas de la empresa lo siguiente: “17.2 ¿La empresa tiene un procedimiento por escrito y comunica a sus clientes que, según la legislación costarricense, el acoso sexual, la prostitución infantil y el consumo de sustancias ilegales son delitos penados por ley? 17.3 ¿ La empresa denuncia ante las autoridades pertinentes cualquier actividad de acoso sexual, prostitución infantil y/o consumo de sustancias ilegales de las que se tenga conocimiento?” (p.14).

Mercadeo sostenible social versus mercadeo sexual

Ante todo, entendamos sostenibilidad como un sistema de desarrollo en donde los humanos dejamos suficientes recursos ya sean naturales, sociales o de la cultura a las próximas generaciones sin gastarlos desmedidamente mientras nos toca el turno de utilizarlos.

Hoy día los consumidores son más observadores y exigentes en cuanto a la aplicación de procedimientos de sus proveedores en materia ambiental, las personas y la comunidad en que viven. De ahí que se empezó a relacionar al mercadeo con la ecología, medio ambiente, así como con la sostenibilidad y la responsabilidad social; verdaderamente un antagonismo de ciencias para mezclar.

Coddington (1993) define al consumidor verde como "aquel consumidor que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean consecuentes con el desarrollo sostenible del planeta. La aparición de este nuevo consumidor obligó a muchas empresas a adoptar nuevas estrategias de producción y naturalmente de comunicación. Esto es lo que da origen al mercadeo para el desarrollo sostenible, también denominado marketing ecológico, marketing medioambiental, marketing verde, y ecomarketing" (p.112).

Middleton (2001) explica también en lo que respecta a las nuevas tendencias de los consumidores a revisar productos o servicios en los que "existe una secuencia lógica de tendencias en la

nueva economía en donde más consumidores se están movilizand
más allá de la clásica escala de Maslow hacia la búsqueda de su auto
conocimiento y auto realización. La evaluación de productos se
incrementa por el nuevo consumidor en términos de la calidad de
experiencias que ofrezcan” (p.64).

Al relacionar el mercadeo turístico y la sostenibilidad *Middleton*
y *Hawkins* (1988) explican que: “ahora parece cierto que el
reconocimiento de limitaciones en el medio ambiente así como el uso
de métodos de mercadeo para lograr crecimiento sostenible van a ser
una característica más fuerte en las decisiones de mercadeo turístico
en el nuevo milenio” (p.464).

La explotación sexual de menores es un problema social que se
da en zonas turísticas y las empresas relacionadas al sector que
prevean y tomen decisiones mercadotécnicas en contra de la misma
estarán practicando un mercadeo social responsable. No solo están
satisfaciendo a clientes que están interesados en comprar productos
o servicios sino también están ayudando a erradicar algún tipo de
problema generado directo o indirectamente a un grupo de personas
por su actividad.

Esto lo indican los autores *Stanton, Etzel y Walker* (2004)
diciendo que “una compañía que extiende las dimensiones de su
amplitud y compromiso de sus metas de marketing lo suficiente para
cumplir con su responsabilidad social, pone en práctica lo que se
conoce como el concepto de marketing social”.

Además indican que “cuando el concepto de marketing se extiende, una empresa reconoce que su mercado abarca no sólo a compradores de sus productos, sino también a cualquier afectado directamente por sus operaciones”.

A la vez *Kotler y Armstrong* (1998) indican respecto a la práctica de un mercadeo social por parte de cualquier empresa que “al seguir el principio de la mercadotecnia de la sociedad, una compañía inteligente toma sus decisiones de mercadotecnia considerando los deseos e intereses del consumidor, los requerimientos de la compañía y los intereses al largo plazo de la sociedad. Las compañías previsoras consideran los problemas de la sociedad como oportunidades” (p. 576).

El ICT, ente estatal regulador del turismo en el país, en una de sus políticas institucionales en referencia al mercadeo establece que (2006) “toda la promoción internacional y nacional se hará de acuerdo con planes específicos que se diseñarán considerando, las propuestas del sector privado y las comunidades relacionadas respondiendo a la visión y objetivos turísticos del país en su conjunto” (p.1).

Es por esto que el ICT está llevando a cabo una campaña de mercadeo sostenible y responsable con la vinculación de la marca CST que reúne a las empresas que están sumándose a dicho programa. La campaña está desarrollada en sus principales mercados como lo son Estados Unidos y Canadá. En lo que respecta a los

objetivos de la campaña el ICT (2006) indica que se quiere “fortalecer el posicionamiento de Costa Rica como un país con mayor biodiversidad en el mundo, agregar valor a la oferta turística, crear conciencia en los turistas acerca de las políticas de turismo sostenible que se practican en Costa Rica” (p.12 y 13).

La pauta de la misma se da en diferentes medios escritos en secciones de viajes y tiempo libre. Algunos periódicos incluyen en la costa Oeste de los E.E.U.U. a: *Los Angeles Times*, *San Francisco Chronicle*, En la costa Este: *Miami Herald*, *The New York Times*, *The Washington Times*. En Canadá en el *Montreal Gazette* y el *Toronto Star*.

Al respecto el ICT (2004) indica que “se basa en anuncios en las secciones de viajes de los fines de semana de periódicos en las principales ciudades de los Estados Unidos y Canadá. El período de pauta permite que la frecuencia sea mayor y la exposición al mensaje más constante” (p.20, 21)

Costa Rica sigue, por un lado, posicionándose cada vez más gracias a un mercadeo sostenible y social que ha adoptado; pero por otro lado existe una imagen de un país visto como un destino sexual para vacaciones eróticas debido al mercadeo sexual que se da en Internet. Basta con escribir en algún buscador como *Google* la palabra “*Sex Vacation in Costa Rica*” y verá los resultados que se generan: guías de clubes nocturnos, bares, salas de masajes, servicios de acompañantes adultos, foros de discusión donde se

puede intercambiar ideas con otros miembros, "agencias" que ofrecen transporte, tours, hospedaje en *resorts*. No así se menciona que sean servicios de prostitución con menores de edad pero al enlistar servicios, direcciones y contactos al interesado se le da la opción para que pueda preguntar.

Al respecto ECPAT (2005) indica que "Costa Rica se promueve como un destino de turismo sexual en más de 50 páginas web. No obstante esto, la mayoría de las publicidades de esta clase de turismo no mencionan a personas menores de edad; pero los comentarios de los clientes incentivan a los lectores a buscarles por menos dinero en determinados lugares comerciales y las calles" (p.24).

Por ejemplo durante el 2003 y 2004 una agencia de viajes ficticia "*Costa Rica Taboo Vacations*" fue creada por la Oficina Federal de Investigación (FBI) de los Estados Unidos en conjunto con el Ministerio de Seguridad Pública y la Fiscalía de Delitos Sexuales de Costa Rica, para servir como prueba y condenar en los Estados Unidos a once personas que pagaron por favores sexuales con adolescentes durante su viaje al país.

En su reportaje Moya (2005) indicó que "para ejecutar el operativo el FBI estableció una agencia de viajes encubierta que ofrecía organizar viajes a Costa Rica. Los individuos podían contactar a la agencia por correo electrónico o teléfono y especificar el tipo de planes vacacionales que deseaban, a lo largo de más de un año las once personas fueron arrestadas después de contactar la agencia y

solicitar a un oficial encubierto que les consiguiera niños con el propósito de realizar actos sexuales comerciales. Después pagaron una tarifa inicial para los servicios sexuales. Casi todos los implicados fueron detenidos en el aeropuerto internacional de Miami cuando intentaban viajar hacia Costa Rica" (p. 8A).

Conclusiones

Los códigos de conducta fueron creados por diferentes compañías y diferentes sectores para mejorar condiciones de trabajo y de situaciones problemáticas que se presenten en su entorno. Estos demuestran el compromiso de la compañía para desarrollar su negocio de acuerdo a una política socialmente responsable.

En Costa Rica la adopción del código por parte de empresas turísticas es meramente voluntaria, de autorregulación y requiere un aporte adicional de tiempo de parte de todos los niveles de la organización. Gracias al apoyo de la Fundación Paniamor, las empresas, cámaras y organizaciones turísticas que han adoptado el código, pueden hacer más fácil el trabajo de implementación al presentar sus experiencias en el proceso.

Algunas ventajas para las compañías tal y como resume la OMT (2005) en su manual de ejemplos de implementación que "confirman que la organización no está asociada con el comercio sexual infantil, pero que está comprometida a su prevención; que los viajeros o clientes eligen compañías de turismo comprometidas en la lucha

contra la explotación sexual de niños; al tener una política corporativa que se basa en principios éticos claros le da renombre a la compañía, a nivel interno y externo; proporciona líneas maestras claras a los colaboradores de la compañía y proporciona un perfil claro a los clientes" (p.11).

Aparte de ejecutar el código, su campaña adjunta es un mensaje directo para advertir a aquellas personas que tienen intenciones de venir al país a tener sexo con menores de edad que ese hecho es un delito y no hay impunidad gracias a que existe una ley que los castiga. Los diferentes proveedores en la cadena de servicios turística (taxistas, hoteles, restaurantes, bares, compañías de renta de autos, transportes, etc.) ayudan a que el mensaje llegue a todos los rincones del país y crea conciencia a la vez en los residentes para que no se vean involucrados en las redes de esta mafia y participen denunciando sospechas y casos concretos.

Al respecto *Middleton* (2001) explica que "no hay otra industria con la influencia que cubre zonas rurales, montañas, costas y áreas urbanas alrededor del mundo. Ninguna otra industria tiene la mejor posición para comunicarse con sus clientes e influenciarlos en momentos que ellos están siendo receptivos a mensajes para elevar su conocimiento y modificar su comportamiento" (p.464).

Costa Rica da un buen paso en su código penal vigente para poder sancionar los diferentes hechos delictivos relacionados con la explotación sexual de menores de edad. Aunque existen vacíos, en la

Asamblea Legislativa existe una comisión permanente especial de turismo la cual tendrá la responsabilidad de estudiar y dictaminar los proyectos de ley relacionados con la actividad.

El programa CST es otra herramienta que le da una mejor imagen al país en materia de un destino de turismo sostenible y responsable. No hay duda que el sector al tratar de erradicar el problema de la explotación sexual de menores está respetando al mismo tiempo la integridad social y cultural.

El orden empieza por casa. Si se cuenta con una buena imagen a nivel internacional hay que enfocarse en erradicar aspectos que han opacado a la industria turística (infraestructuras viales, burocráticos procesos para inversiones turísticas, turismo sexual) y buscar turistas de mejor calidad.

En su artículo de opinión, Gutiérrez (2006) consultor legal en turismo sostiene que “nos estamos refiriendo a ser un poco más selectivos y a desestimular el turismo sexual, de prostitución infantil, de tráfico de drogas y otros males que no le hacen nada bien a nuestra sociedad y a nuestro país. Ya el país ha dado grandes saltos en la cantidad y en el posicionamiento externo, ahora enfoquémonos en replantear lo hecho, mejorar lo bueno, en desechar lo malo y en colocarnos como un destino para turistas de calidad” (p.8).

A pesar de las limitaciones económicas, logísticas y humanas que puedan existir hay que resaltar que la industria turística, las asociaciones o fundaciones que defienden los derechos de los

menores, las poblaciones locales de los destinos turísticos, así como el Gobierno de la República están enterados y participan en la lucha contra este repugnante mal.

Referencias Bibliográficas

ACAN-EFE. (2005, 08 de noviembre)
Policías se capacitan para luchar contra explotación sexual niños. *La Nación.com*, recuperado 25 Febrero 2006, de <http://www.nacion.com>

ACAN-EFE. (2005, 21 de diciembre)
EEUU dona equipo para combatir explotación sexual infantil. *La Nación.com*, recuperado 25 Febrero 2006, de <http://www.nacion.com>

Arguedas. (2004, 23 de setiembre)
Bruce Harris abandonó el país. *La Nación.com*, recuperado el 05 de Marzo 2006, de <http://www.nacion.com>

Certificado para la Sostenibilidad Turística. (2006). *En qué consiste el CST; manual de evaluación*. Recuperados el 28 Abril de 2006, de <http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/sobreCST/about-cst.shtml>
http://www.turismosostenible.co.cr/ES/sobreCST/manual/preguntas_lista.phtml

Coddington, W. (1993). *Environmental Marketing: Positive strategies for reaching the green consumer*. United States: Mcgraw-Hill.

Chacón, A. (2006, 12 de junio).
Erradiquemos la explotación sexual contra las personas menores de edad. *La Prensa Libre*, p.12.

ECPAT Internacional. (2001). *Algunas preguntas sobre la explotación sexual comercial de la niñez y sus respuestas*.
Bangkok: ECPAT International.

ECPAT Internacional. (2005). *La Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes: una mirada desde Centroamérica*.
San José, Costa Rica: Fundación Paniamor.

Fundación Paniamor. (2005). *La Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes: una mirada desde Costa Rica*.
San José, Costa Rica: Fundación Paniamor.

Golcher, R. (2001, 2 de abril).
Fuego Cruzado por abuso infantil. *La Nación*, p. 8A.

Guillén, M. (2006)
Entrevista personal a coordinadora del proyecto Código de Conducta,
Fundación Paniamor.

Gutiérrez, J. (2006, 6-12 de Marzo).
Un nuevo turismo. *El Financiero*, p.8.

Instituto Costarricense de Turismo (2004). *Campaña Internacional
USA & Canadá 2004/05*. San José, Costa Rica: Garnier BBDO.

Instituto Costarricense de Turismo (2006). *Políticas Institucionales*.
Recuperado el 24 de Marzo de 2006 de
<http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/TourismBoard.asp>

Kotler, P. y Armstrong. G. (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*.
México: Prentice-Hall.

La Gaceta No. 159 (1999). *Ley contra la explotación sexual de las
personas menores de edad No. 7899 de 3 de agosto de 1999*. San
José, Costa Rica: Imprenta Nacional.

Martín, R. (2003, 20 enero).
Red Perversa. *Al Día*, p.4.

Middleton, V. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. England:
Butterworth-Heinemann

Middleton, V. y Hawkins R. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing
Prospective*. England: Butterworth-Heinemann.

Moya, R. (2005, 13 de abril).
Condenan a 11 por pagar sexo con menores ticos. *La Nación*, p.8A.

Organización Mundial del Turismo. (2006). *Código de Conducta para
la protección de los niños frente a la explotación sexual en el turismo
y la industria de viajes-Resumen del proyecto y ejemplos de
implementación*. Recuperado 02 Febrero de 2006.
[http://www.thecode.org/dokument/images/downloads/code_summar
y_espanol_4.pdf](http://www.thecode.org/dokument/images/downloads/code_summar_y_espanol_4.pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2006). *Declaración de la OMT
sobre la prevención del turismo sexual organizados*. Recuperado 02
Febrero de 2006.
[http://www.world-tourism.org/protect_children/es/statements/wto-
esp.htm](http://www.world-tourism.org/protect_children/es/statements/wto-esp.htm)

Organización Internacional del Trabajo OIT/IPEC (2004). *¿Cómo denunciar delitos de explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes?* San José, Costa Rica: Regueyra S.A.

Quesada, R. (2002). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia (UNED).

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill.