

Guía del Entretenimiento Sostenible

Gestión de la animación en establecimientos turísticos



Resumen Ejecutivo
Extracto de la Guía de Entretenimiento Sostenible

activ®



entretenimiento
sostenible

Índice:

	PAG.
01. Introducción	
Introducción general	4
Actores que intervienen	5
02. Buenas prácticas	6
Sostenibilidad ambiental:	
2.1 Consumo de agua	7
2.2 Consumo de energía	8
2.3 Consumo de plásticos	9
2.4 Consumo de papel	10
2.5 Otros materiales	11
2.6 Contaminación acústica	12
2.7 Emisiones co2 y transporte	13
Sostenibilidad ambiental y social:	
2.8 Buenas prácticas de compras	14
2.9 Buenas prácticas de contratación	15
2.10 Acciones de sensibilización	15
03. Manifiesto Activ	16

Versión del Documento 001 · 01/08/22

Este documento es propiedad de Activ Leisure Projects, S.L. Desarrollado en colaboración con Reavive, empresa especializada en consultoría ambiental. Queda prohibida la difusión y/o copia de la totalidad o parte del contenido sin el consentimiento previo de la empresa propietaria, y sin mencionar la autoría.

**Lo importante
no es lo que decimos,
sino lo que hacemos.
¡Súmate!**

01. Introducción

Nuestro hogar, el planeta tierra, es asombroso. Nos encanta explorarlo, disfrutarlo y dejarnos sorprender por sus rincones. Sin embargo, la sobreexplotación de sus recursos lo ha colocado en una situación delicada. Contaminación, calentamiento global, plásticos... es momento de tomar cartas en el asunto para seguir disfrutando de nuestro entorno sin comprometer su equilibrio. Aún estamos a tiempo.

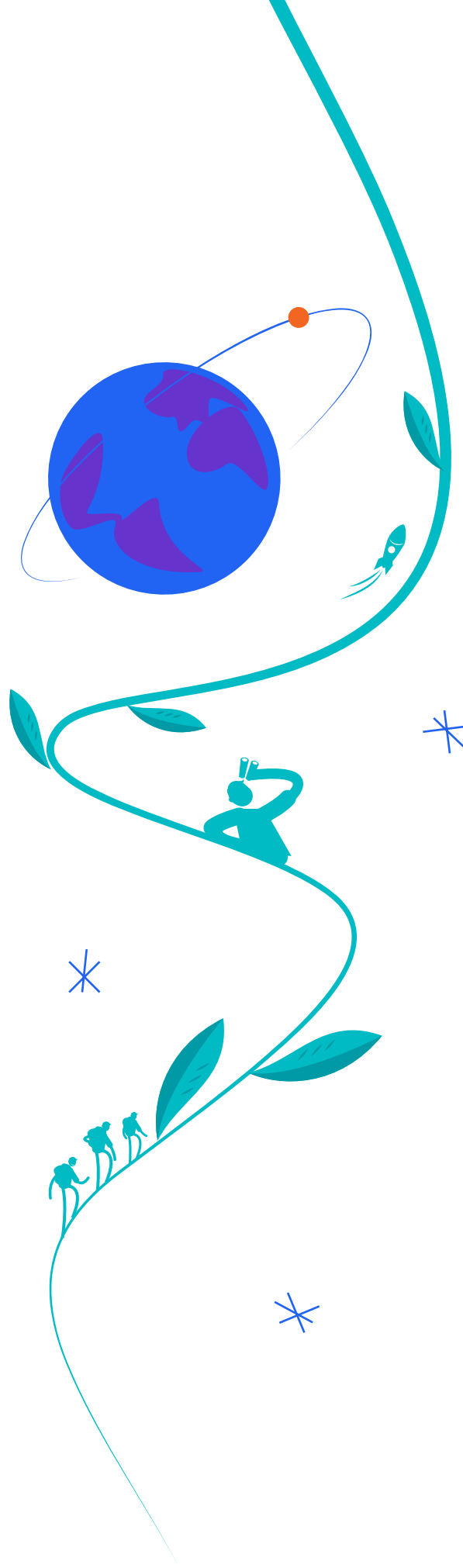
En Activ, como empresa sensibilizada con el turismo sostenible, trabajamos para minimizar nuestro impacto y generar conciencia ambiental en todos los trabajadores, colaboradores, clientes y turistas. Pretendemos hacer lo que esté a nuestro alcance para que el sector vacacional sea cada vez más sostenible desde todos los ámbitos, especialmente desde aquel en el que somos especialistas: el de la animación y el entretenimiento.

“Un documento pionero, vivo y en constante evolución que nace para ser compartido con todos los profesionales del sector”

Con el fin de adaptar el ocio vacacional a las medidas de protección del medioambiente, en Activ tomamos la iniciativa y desarrollamos la primera ‘Guía del entretenimiento sostenible’. Un documento pionero, vivo y en constante evolución que nace para ser compartido con todos los profesionales del sector y conseguir que la sostenibilidad deje de ser un valor añadido al turismo, sino una realidad desde todos los ámbitos que abarca. En línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que la ONU aprobó para la Agenda 2030, consideramos que se deben tomar medidas por parte de toda la sociedad, con especial hincapié en el sector privado.

Desde nuestro sector, el de la animación y el entretenimiento en los establecimientos turísticos, tenemos por delante la oportunidad de abordar el cuidado del medioambiente. De hecho, el departamento de animación puede hacer grandes avances para proteger el entorno, no solo aplicando la normativa, sino también con la divulgación de un mensaje que hemos basado en 4 pilares de actuación:

- Preservar el medio ambiente
- Generar y difundir la cultura local
- Generar riqueza local y distribuirla
- Promover la cultura de la sostenibilidad



Actores que intervienen

Activ - staff y animadores:

Son los embajadores y el pilar de este proyecto, la forma en la que el equipo de animación lleve a cabo las prácticas presentadas en esta guía será fundamental para alcanzar el objetivo. Por este motivo, creemos que es de suma importancia proporcionar formación continua a todos los trabajadores en materia de sostenibilidad ambiental, así como las herramientas necesarias para sensibilizar a los huéspedes sobre el valor añadido que tiene un ocio responsable con el medioambiente. Debemos hacer énfasis en las actividades infantiles, pues los niños son el futuro. Además, parecen estar más concienciados que las generaciones anteriores si tenemos en cuenta el 'Informe Juventud en España 2020', elaborado por el INJUVE con jóvenes de entre 14 y 29 años, en el cual un 76% de los encuestados presentó sensibilidad hacia políticas medioambientalistas y preocupación frente al cambio climático.



Huéspedes:

Aportarán su granito de arena reconociendo, valorando y, finalmente, escogiendo los establecimientos respetuosos con el medioambiente. Es importante que sean conscientes del impacto que sus vacaciones generan en el entorno, también en lo que respecta al valor que su presencia y consumo aporta a nivel local. De tal forma que, el huésped pueda sentirse orgulloso no solo de estar disfrutando de sus vacaciones generando el mínimo impacto, sino también contribuyendo. Una tendencia en auge, tal y como marcó FITUR 2022 y que corrobora una encuesta de Outbrain según la cual, un 70% de los españoles está dispuesto a pagar más por unas vacaciones sostenibles.

Establecimiento - dirección del establecimiento:

Interviene ofreciendo al huésped una experiencia vacacional sostenible y coherente con este mensaje en todos sus servicios, desde el alojamiento y la oferta gastronómica hasta el entretenimiento. Esto lo consigue implantando procesos de actuación adecuados y realizando un seguimiento continuo. Todo con el fin de avanzar juntos en una misma dirección, sin dejar al margen la importancia de poner en valor el capital natural y cultural de la zona.

Proveedores y contratas:

Teniendo en cuenta el objetivo de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local, los proveedores y las contratas tienen un papel crucial, ya que, facilitan recursos que puedan complementar tanto el servicio de hostelería como el de ocio y entretenimiento, sin la necesidad de la importación de materiales o servicios. Además de ayudar ambientalmente, esto nos da la oportunidad de contribuir al empleo de la población autóctona, fomentando así una economía circular.

02. Buenas Prácticas

En la siguiente guía se definen buenas prácticas generales y específicas relacionadas con acciones/actividades concretas del programa de ocio y entretenimiento de los establecimientos agrupadas por:

- Sostenibilidad ambiental:
 - Consumo de agua,
 - Consumo de energía
 - Consumo de materias primas,
 - Contaminación acústica
 - Transporte y Emisiones de CO2
- Sostenibilidad social:
 - Buenas prácticas de compras,
 - Buenas prácticas de contratación
 - Acciones de sensibilización.

Independientemente a cuál sea la cuestión objeto de mejora, todas las buenas prácticas expuestas siguen la filosofía de las 5R.



Filosofía de las 5R

Rechaza:

Evita materiales de un solo uso y baja durabilidad.

Reduce:

Elige los productos o materiales pensando en la relación calidad-precio ambiental, lejos de la idea de usar y tirar.

Reutiliza:

Alarga la vida útil de los productos, para un uso similar o diferente. Reubica materiales dentro de la empresa o dona los que no se puedan reutilizar.

Repara:

Estudia cómo arreglar los equipos/materiales antes de desecharlos.

Recicla:

Separa los materiales que desechas, utiliza los contenedores adecuados, y, en caso de residuos especiales, llévalos al punto limpio. Siempre siguiendo las normativas de gestión de residuos.

Se trata de cinco conceptos presentados en orden de mayor a menor importancia según su efectividad en el camino hacia la sostenibilidad. El mejor de los supuestos consistiría en rechazar cualquier tipo de material desechable, pero si es imprescindible su utilización, el siguiente mejor caso sería que se redujera su uso y así sucesivamente.



2.1 Consumo de agua

El agua está en el epicentro del desarrollo sostenible y es fundamental para el desarrollo socioeconómico, la energía, la producción de alimentos, los ecosistemas y para la supervivencia de los seres humanos. Forma parte crucial de la adaptación al cambio climático y el calentamiento global, constituyendo un vínculo decisivo entre sociedad y medioambiente. Aunque se trata del recurso natural más importante, únicamente el 2,5% es agua dulce y el porcentaje aproximado de acceso a ella es del 0,007% del total.

Analizando su uso en nuestro contexto, hasta ahora algunas de las actividades más populares en los programas de ocio y entretenimiento nos alejan del objetivo de una gestión eficiente, ya que, su realización contribuye al mal uso de este recurso.



Sabías que...

Realizando la actividad de “globos de agua” una vez a la semana se emplea la misma cantidad de agua que necesitan 1.200 personas al día.

Datos sobre una muestra de 200 hoteles, durante 3 meses, con una media de 15 participantes a 10 globos por persona.

En España hay muchísimos establecimientos turísticos en los que se realizan estas actividades:

¿de cuántos litros de agua estaríamos hablando?



Tras haber analizado las formas de consumo directo de agua en las actividades más populares de los establecimientos, recomendamos las siguientes buenas prácticas:

EL AGUA

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Reducir el consumo de agua en las actividades.
- Promover la instalación de grifos con sensores u otros dispositivos de ahorro de agua.
- Tener cuidado con las fugas de agua: Un grifo goteando puede suponer hasta 40 litros de agua al día.

2.2 Consumo de energía

La energía entendida como un recurso natural no es un bien por sí misma, puesto que para su uso es necesaria su transformación. Existen dos tipos de fuentes de energía:

- Las energías renovables provienen de fuentes que se vuelven a generar por sí mismas haciendo, por tanto, menos daño al medio natural. Por ejemplo: la energía solar, la eólica y la hídrica.
- Las energías no renovables son más “baratas” a corto plazo, pero altamente contaminantes y limitadas, ya que, se extraen de fuentes agotables. Por ejemplo: el carbón y el petróleo

En el ámbito del ocio y el entretenimiento turístico, la energía es un bien que se utiliza constantemente y su uso está tan integrado en el desempeño de muchas de nuestras labores que, a veces, no somos conscientes del gasto energético que se produce al dejar un micrófono, televisión o luz encendida en un espacio que no estemos utilizando.



Sabías que...

El 50% del gasto de energía derivado de los móviles se debe a que los cargadores se dejan enchufados.



Con el fin de reducir el consumo de energía derivado de las actividades y/o acciones del programa de ocio y entretenimiento de los establecimientos turísticos, recomendamos:

LA ENERGÍA

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Reducir y optimizar el uso de la energía:
- Promover preferentemente la elección de energías renovables.
- Usar y llevar un mantenimiento de los aparatos acorde a las indicaciones del fabricante con el fin de prolongar su calidad y vida útil.
- Pensar en la reubicación de aquellos materiales/equipos que queden en desuso.

2.3 Consumo de plástico

El plástico es el material que más usamos, tanto que, su consumo es masivo y cada año se desechan millones de toneladas. El principal problema es que sus componentes son extremadamente contaminantes y pueden tardar en descomponerse de 100 a 1.000 años, aún más si terminan en los océanos, donde una media de 8 millones de toneladas de plástico es vertida cada año.



En las programaciones de ocio y entretenimiento quizás no podamos prescindir de todos los elementos de plástico, por eso es importante distinguir entre:

Materiales plásticos de larga duración

Materiales plásticos de un solo uso

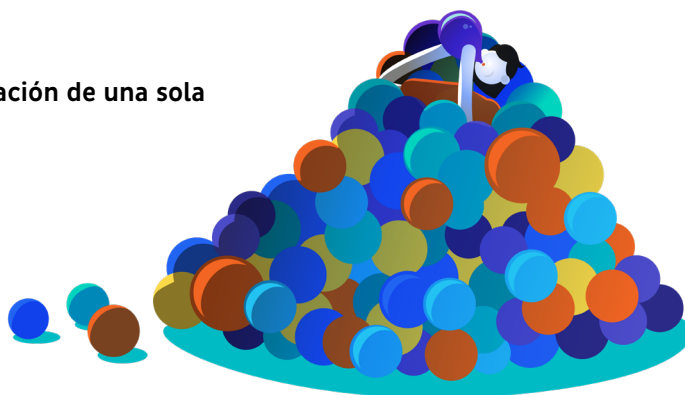
La gran diferencia es que los primeros se valoran como “buenos aliados” que nos pueden ayudar a reducir la cantidad diaria de desechos derivados de la realización de juegos y/o acciones de animación; mientras que, los segundos, no hacen más que incrementar esa cantidad. El verdadero reto es adaptar o rediseñar aquellas actividades en las que, a día de hoy, es necesario utilizar materiales plásticos de un solo uso. Es el caso de la cubertería de plástico, la plastilina, y, sobre todo, los globos. Según la revista Nature, los globos son los desechos que causan mayor mortalidad marina, sobre todo en aves y tortugas.



Sabías que...

Utilizamos más de 360.000 globos para la realización de una sola actividad en solo 12 semanas.

Si a esto le sumamos las sueltas de globos del deseo, actividades de globoflexia o decoraciones de cumpleaños, el dato no hace más que aumentar.



Tras haber analizado las formas de consumo plástico más populares en los establecimientos turísticos, recomendamos las siguientes buenas prácticas:

CONSUMO DE PLÁSTICO

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Minimización de residuos:
 - Escoger materiales de plástico de alta durabilidad/vida útil y fáciles de reutilizar/reciclar.
 - Rechazar aquellos materiales de plástico que sean de un solo uso.

2.4 Consumo de papel

La producción y el consumo de papel tienen un fuerte impacto ambiental y social, ya que, es una fuente de contaminación tanto en su fabricación (implica consumo de grandes cantidades de madera, de agua y de energía), como en su transporte (produciendo gases de efecto invernadero). Además, hay que añadir la contaminación que se genera una vez que utilizamos el papel y nos deshacemos de él, generando de nuevo gastos y emisiones en transporte, desplazamiento y destrucción. Todo ligado a la pérdida de bosques autóctonos, los pulmones del mundo, ya que, cerca del 40% de toda la madera talada se destina a la producción de papel. Solamente en España desperdiciamos un millón de toneladas de envases de papel y cartón y 850.000 toneladas en impresión y escritura.

En el ocio y el entretenimiento turístico, el papel se usa a diario y pocas veces nos paramos a pensar en cuáles son las consecuencias de imprimir semanalmente: hojas para pintar y colorear, las tarjetas de un bingo, los programas internos, hojas de participantes, registros horarios o para la realización de cualquier otra actividad.



Sabías que...

Después de haber analizado los datos de consumo de papel para la realización de un quiz semanal, en 200 hoteles, con una media de 56 participantes, llegamos a la conclusión de que, el digitalizar esta actividad supondría:

- Un ahorro de 582.400 folios, evitando la tala de 58,24 árboles
- Un ahorro de 943.488 litros de agua, con los que se podrían cubrir las necesidades diarias de 9.435 personas
- La recuperación de oxígeno diario para 174,72 personas

En Acttiv por ejemplo, solo con la implantación de nuestro sistema de Pia digital (Programa Interno de Animación), hemos conseguido reducir en 1 tonelada el consumo de papel anual de nuestros equipos.



Hoy en día, son muchas las soluciones que la digitalización ha puesto a nuestro alcance. Sin embargo, la solución no solo está en la implantación de alternativas tecnológicas, sino también, en fomentar la reutilización y favorecer un correcto proceso de reciclaje del papel. Con el fin de promover un consumo más responsable y alineado con los objetivos de sostenibilidad presentamos algunas buenas prácticas:

CONSUMO DE PAPEL

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Apostar por la digitalización de gestiones o actividades que requieran del uso de papel.
- Priorizar la compra de papel, cartón y maderas procedentes de bosques gestionados de manera sostenible (Ver ecoetiquetas).
- Priorizar el uso de pizarras y/o proyectores frente a papelógrafos.
- Priorizar el uso de papel reciclado.
- Reutilizar las hojas que no contengan “datos sensibles” y ya utilizadas por ambas caras para realizar manualidades tipo origami, barcos o aviones de papel.

2.5 Otros materiales

Siguiendo con el análisis de los recursos fungibles que más se utilizan en las programaciones de ocio y entretenimiento, nos encontramos otro tipo de materiales que no contemplamos en las categorías vistas anteriormente. Al tratarse de materiales utilizados en actividades muy populares, nos ha parecido importante mencionarlos en esta guía con las correspondientes buenas prácticas que se pueden llevar a cabo con el fin de hacer un uso responsable de los recursos, limitando el consumo de materias y materiales a lo estrictamente necesario.

Todo con el fin de focalizar nuestros esfuerzos en abandonar la etiqueta de “sociedad de consumo” para fomentar una economía circular, es decir, un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar todas las veces que sea posible, extendiendo el ciclo de vida de los productos.



Sabías que...

La estrategia de reparación tiene mayor prioridad que el reciclaje cuando se busca una economía circular.



Con el fin de promover un consumo más responsable y alineado con los objetivos de sostenibilidad proponemos algunas buenas prácticas:

OTROS MATERIALES

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Fomentar la reutilización y/o reparación de los materiales antes de optar por el desecho de los mismos y/o la compra de nuevo material.

2.6 Contaminación acústica

La contaminación acústica es la presencia en el ambiente de ruidos o vibraciones producidos por el ser humano, en nuestro caso, los provenientes del ocio diurno y nocturno. La normativa española establece los niveles máximos de ruido en 55 decibelios (db) durante el día y 50db de noche. ¿Por qué? Porque la contaminación acústica puede provocar problemas de salud como episodios de estrés, fatiga, aceleración del pulso, dolor de cabeza o pérdida de audición.

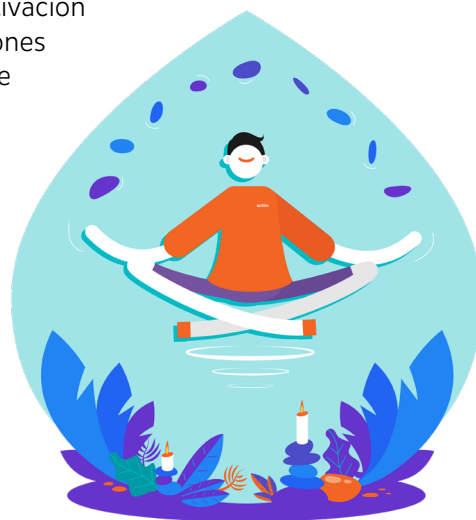
El ruido no solo afecta a los seres humanos, también influye de forma negativa sobre la naturaleza, alterando el hábitat de las especies. Es importante que, según la localización de cada establecimiento, se sigan las normativas locales establecidas en cuanto a los decibelios permitidos.

En nuestro contexto, la música o el sonido amplificado está muy presente. En clases de fitness como aerobio, zumba o spinning, la música aumenta la motivación de los participantes y el alto volumen va unido al aumento de pulsaciones llegando a estar entre los 90 y los 115 decibelios. Exponerse una vez a este volumen no perjudica la audición del asistente, por lo que, los miembros del equipo de ocio y entretenimiento son los que corren más riesgo.



Sabías que...

El oído necesita algo más de 16 horas de reposo para compensar dos horas de exposición a 100 dB.



CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Realizar actividades de ocio sin generar ruido excesivo, teniendo en cuenta el horario y la localización del establecimiento.
- Contar con medidores de decibelios en áreas tipo teatro o zona piscina, para asegurarse de no estar generando un ruido excesivo.
- Implantar/asegurar franjas horarias o zonas “noise free” en las que no se haga uso de micrófono o equipos de sonido.
- Evitar el uso de megáfonos.

2.7 Emisiones CO2 y transporte

El CO2, el principal gas del efecto invernadero, es un gas incoloro, inodoro, compuesto por oxígeno y carbono que habita en la atmósfera de forma natural atrapado en el carbón, petróleo o gas natural. Debido a la actividad humana, lo estamos liberando y contribuyendo así al aumento de las emisiones a la atmósfera a través del “transporte”, una actividad intensiva en el uso de energía responsable de más del 30% de las emisiones de CO2 en la UE, de las cuales el 72% proviene del transporte por carretera. En las últimas décadas, las emisiones de CO2 se han multiplicado, acelerando el calentamiento global, ya que, este gas permanece en la atmósfera y océanos durante siglos.



Sabías que...

Habría que plantar más de 67 árboles al año para compensar las emisiones de CO2 de un solo español. en concepto de transporte.

Nuestra labor contribuye a la generación de las emisiones de CO2 de manera indirecta, en el transporte que usan los proveedores de cualquier material que se compre, el de aquellos artistas que se desplazan hasta nuestro establecimiento para la realización de un espectáculo, el utilizado por los proveedores de hinchables u otras actividades externas al equipo de animación... ¡Y no solo eso! Aparte del transporte, cada vez que priorizamos la adquisición de un nuevo material frente a la reutilización de uno ya existente, estamos contribuyendo indirectamente a la generación de CO2.

Aunque no está en nuestras manos decidir con qué medio de transporte se mueven los proveedores y colaboradores, si podemos:

- Reducir nuestro consumo fomentando la reutilización de materiales.
- Aplicar prácticas de compra y contratación responsables.

En cuanto a las acciones que están directamente relacionadas con el equipo de ocio y entretenimiento de los establecimientos turísticos, se recomienda:

EMISIONES CO2 Y TRANSPORTE, BUENAS PRÁCTICAS

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Elegir de manera responsable del transporte conociendo el efecto sobre el medio ambiente que cada uno tiene.
- Priorizar la elección de medios de transporte descarbonizados o de menor emisión de CO2 frente a los más contaminantes
- Reducir viajes y en caso de no poder evitarlos, optimización de los mismos.

2.8 Buenas prácticas de compras

La apuesta por compras “sostenibles” tiene como objetivo la adquisición de productos más respetuosos con el medioambiente, responsables con la sociedad, solidarios, éticos y/o procedentes del comercio justo. La compra es responsable cuando la cadena de suministro y la relación con los proveedores de una empresa u organización está basada en la sostenibilidad social y ambiental. En este ámbito podemos distinguir dos tipos de compras:

- Las compras verdes: adquisiciones de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, que durante su ciclo de vida generan un impacto ambiental global menor, requieren menos recursos, evitan o reducen la generación de residuos y emisiones, no contienen elementos tóxicos, facilitan su posterior reciclaje y recuperación.
- Las compras socialmente responsables: además de los aspectos ambientales, tienen en cuenta aspectos sociales, éticos y de otra índole en las decisiones de compra y contratación de servicio.



El compromiso ambiental de un establecimiento turístico debería trasladarse también sobre su cadena de suministros, por lo que este debería establecer una serie de criterios a exigir a sus proveedores. Por ejemplo:

- La implantación de un sistema de gestión ambiental certificado
- La compra de productos certificados,
- La implantación de modelos de transporte y distribución eficientes y sostenibles

Para este fin, las eco etiquetas y los certificados ambientales proporcionan información sobre el comportamiento ambiental del producto y del servicio. Son muy útiles a la hora de identificar cuáles cumplen con ciertos requisitos.

COMPRAS

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Evitar compra de materiales de un solo uso.
- Evitar materiales de corta vida útil. Optar por materiales de larga vida útil.
- Evitar compra de materiales con elementos que resulten contaminantes.
- Apostar por el comercio local y comercio justo.
- Priorizar productos con empaquetado sostenible.
- Establecer un procedimiento de evaluación de los proveedores.

2.9 Buenas prácticas de contratación

La contratación “sostenible” tanto de personal propio como de contratación de colaboradores, tiene un peso muy importante en la economía, en el ámbito social y medioambiental, dado que, es la que contribuye de manera responsable a la mejora de la sociedad y del medioambiente. El compromiso ambiental de un establecimiento turístico debe verse respaldado por sus políticas de contratación, potenciando al desarrollo económico y social del lugar y colaborando con empresas y/o particulares, cuyo compromiso vaya alineado con la conservación ambiental y la mejora del patrimonio cultural de la zona.

CONTRATACIONES

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Priorizar criterios en la elección de colaboradores (proveedores y contratas) que cumplan con los derechos laborales.
- Potenciar criterios de contratación que se basen en la igualdad de género, respeto a la diversidad funcional, no sexista y respetuosos con la conciliación.
- Priorizar la contratación de colaboradores locales y/o que cuenten con políticas ambientales.

2.10 Acciones de sensibilización ambiental

El término “sensibilización ambiental” hace referencia al proceso de crear conciencia entre los ciudadanos en materia medioambiental. Su objetivo es promover una filosofía de vida que esté basada en el respeto al planeta, su protección y conservación y en un uso sostenible de los recursos naturales. Las localizaciones turísticas reciben miles de viajeros al día, causando un gran impacto ambiental en la zona y, promover la sensibilización en este sector, resulta clave para proteger el medio ambiente ante cualquier daño. Por ello, resulta fundamental el papel que los profesionales del ocio y entretenimiento turístico debemos adquirir aprovechando nuestro poder de comunicación y cercanía a los huéspedes para promover la sostenibilidad y fomentar su actuación, tanto mediante la implantación de talleres y/o actividades de eco-friendly, como mediante las relaciones públicas.

SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL

BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

- Sumarse a iniciativas sostenibles locales o globales.
- Generar y difundir la cultura local. Respetar e incorporar las costumbres y tradiciones autóctonas como parte de la oferta.
- Promover la cultura de la sostenibilidad.
- Implementar en la programación de ocio la celebración de fechas especiales relacionadas con la sostenibilidad ambiental.

03. Manifiesto Activ

En Activ desarrollamos nuestra actividad en el sector turístico de sol y playa, un área que tiene un enorme impacto en el medioambiente: en la generación de residuos, en la utilización de recursos locales, en las playas... Por ello creemos que, como empresa sensibilizada con el medioambiente y el turismo sostenible, debemos trabajar para minimizar dicho impacto y generar conciencia medioambiental en todos nuestros trabajadores, colaboradores, clientes y en los turistas que visitan los hoteles.

Nuestra misión es seguir avanzando en este proyecto de entretenimiento sostenible con el que Activ aporta un valor añadido a los establecimientos en los que trabaja al poner el foco en un tema que es de interés general. El animador, por su parte, se convierte en embajador y altavoz de la política medioambiental de la compañía.

La constante actualización de esta guía y la formación de todos los trabajadores de la empresa es solamente una consecuencia de un proyecto que abarca mucho más. Activ vela para que todos los pasos y estrategias cumplan una ética de sostenibilidad social, económica y ambiental garantizando siempre la satisfacción, el entretenimiento y la diversión de los viajeros.

Compromisos de Activ con el medioambiente

- Ser coherentes en todas nuestras acciones con los pilares de este proyecto y con las buenas prácticas descritas en esta guía.
- Implementar nuevas metodologías de trabajo con el objetivo de crear un concepto de animación turística sostenible.
- Utilizar nuestra relación con más de tres millones de huéspedes para diseñar acciones que garanticen su diversión poniendo el foco en la sensibilización, especialmente en las actividades con niños.
- Dar apoyo a nuestros clientes en sus políticas de sostenibilidad con acciones de entretenimiento alineadas con sus intereses y valorables por aquellos huéspedes concienciados con la importancia del turismo sostenible.

Todos estos objetivos se desarrollarán sin perder de vista nuestros valores de alegría, respeto, integridad, cohesión de equipo, desarrollo y emprendimiento; y teniendo en cuenta nuestros pilares estratégicos de calidad, sostenibilidad, satisfacción e innovación.

**Aquí iría una frase muy
de marketing, pero esto va
de cuidar el planeta**



Versión del Documento 001 · 01/08/22

Este documento es propiedad de Activ Leisure Projects, S.L. Desarrollado en colaboración con Reavive, empresa especializada en consultoría ambiental. Queda prohibida la difusión y/o copia de la totalidad o parte del contenido sin el consentimiento previo de la empresa propietaria, y sin mencionar la autoría.