



Foto: Usspa

Spa en el hotel

Buscando la excelencia

Tanto el crecimiento del turismo en España, como el incremento del turismo de la salud a nivel mundial, son dos tendencias reales que la hostelería debe aprovechar. Aunque actualmente, en nuestro país, el sector turístico representa un 11% del PIB, se observa que es el turismo del bienestar el que contempla un mayor crecimiento, por eso, saber evaluar las oportunidades de hoy, será para el hotelero el éxito del negocio del mañana. Indudablemente, a todo ello, está contribuyendo de forma directa el negocio del spa, un sector con buenas perspectivas de futuro -como así nos lo han manifestado todos los interlocutores que participado en este reportaje- que seguramente garantizará, a aquellos que sepan invertir y estén apostando por el mismo, un crecimiento sostenido durante los próximos años.

Aunque el sector está en pleno proceso de estabilización -son un número importante de hoteles los que ya cuentan con este tipo de instalaciones- todavía no ha alcanzado la madurez estimada y aún le queda mucho recorrido, por lo que el mercado del spa tiene unas buenas perspectivas de futuro. Un sector en el que se observa que no solo la profesionalización del

servicio está creciendo de unos años a esta parte, sino en el que también los fabricantes innovan en la búsqueda de equipos energéticamente más eficientes, tecnológicamente más avanzados, con un diseño más exclusivo y con mejores prestaciones.

Y es que, como se viene atisbando en este tipo de turismo de salud, el consumidor

wellness es cada vez más exigente, entre otras cosas porque conoce mejor el producto, y por lo tanto las expectativas de profesionalidad y calidad que espera de este servicio son cada vez más altas. Por eso ahora es el momento de redefinir la oferta del bienestar, saber adaptarla a las exigencias actuales que reclama el consumidor y, con el objetivo de alcanzar el grado de excelencia, competir con el mercado internacional; como así nos lo han hecho saber a Hostelpo bastantes fabricantes y distribuidores de spas a lo largo de este reportaje. Conozcamos a continuación más detalles y consideraciones de estos profesionales.

Factores a tener en cuenta para la incorporación de un spa

La creciente demanda de hoteles que, además de alojamiento, quieren ofrecer la posibilidad a sus clientes de disfrutar de los beneficios del spa, es un fiel ejemplo del cambio de tendencia que hemos visto en estos últimos años hacia un turismo de salud en el que el cliente, además de alojarse, quiere dedicar unas horas a su

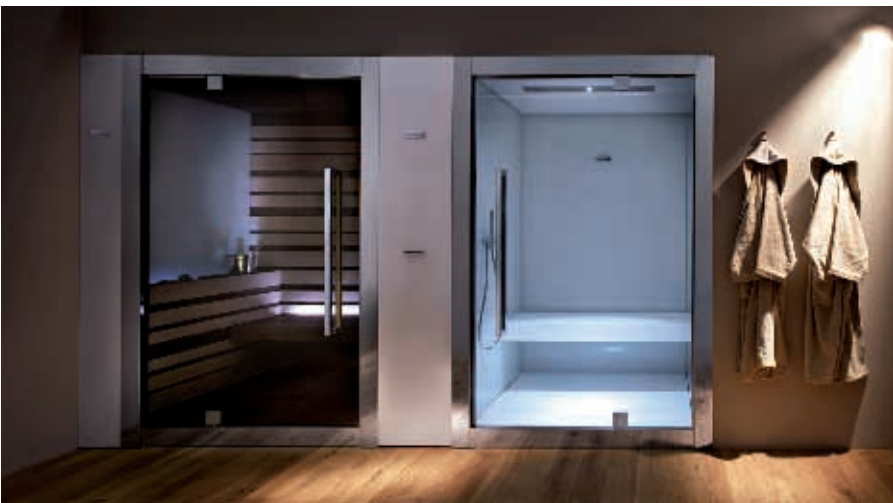


Foto: Thomas Wellness Group

acabados y accesorios; la ambientación, porque en este tipo de centros se persigue el bienestar físico y psíquico del usuario, por lo tanto es muy importante que se encuentre en un entorno agradable y en un ambiente relajado; y, por último, un circuito lógico, planteando muy bien este tipo de circuitos para que el cliente encuentre una forma coherente de interactuar con todos los elementos y pueda realizar un tratamiento completo". En este sentido, en lo relativo a la distribución y configuración del programa, pone como ejemplos la necesidad de "situar unas duchas o unas piletas cerca de una sauna; o bien una fuente de hielo

cerca de una zona de vapor. Se trata de construir un circuito lógico para que el cliente pueda alternar varias sensaciones y contrastes de temperaturas".

Considerando que un spa es un conjunto compuesto por un "vaso", donde se realiza el baño, un equipo de filtración y un depósito de compensación, Marc Sellares, Marketing Manager de Aquavia Spa, nos hace hincapié en que "el primer factor que debe tenerse en cuenta, a la hora de instalar un spa, es asegurarse de que las medidas del acceso a la zona permiten entrar cada una de las piezas del kit. Debe tenerse en cuenta que algunos



Foto: Aquacrist

Por su parte Joaquim Pla, Arquitecto/ Director Técnico de Freixanet Wellness Projects, nos señala que existen "6 factores básicos que determinan un proyecto de spa en un hotel. Estos son: el espacio disponible; el tipo de establecimiento, ya que la proyección de un spa suele ser diferente entre un hotel de 3 estrellas y un hotel de 5 estrellas o gran lujo; el tipo de usuario; las inversión prevista, ya que ésta no influye sólo en el tipo de equipamiento, sino también en los



Foto: Saunas Durán

spas miden hasta 3 metros de diámetro, lo que obliga a tener un buen acceso antes de la instalación. Cada zona de spa debe tener una sala anexa, no más lejana de 7 metros, donde se instalará el equipo de filtración y el depósito de compensación. Tanto el spa, como la sala técnica, deben tener un buen acceso para poder realizar tareas de mantenimiento. El forjado que se realice en la instalación debe soportar tanto el peso del spa, como los litros de agua y peso de los posibles usuarios. Debe haber una instalación eléctrica adecuada a las necesidades del equipo de filtración. Además, deben existir tomas de agua para el llenado del spa en caso de evaporación, renovación del agua,... así como los desagües necesarios”.

Milena Flaqué Llobet, Consultora de Ultratone Ibérica, también nos enumera los puntos principales a tener en cuenta a la hora de incorporar un spa en un hotel, “estos son: ubicación y tipo de hotel (playa, montaña, hotel rústico...); el tipo de público y qué busca...; el tipo de servicio, destinados a bienestar, wellness, estética,...; el concepto, es importante estudiar la marca del spa (branding), la

diferenciación... si queremos destacar hay que ser único... lo ideal es encontrar la fórmula que nos permita ser atractivos, eficientes, con una filosofía exquisita y valorado por el cliente...; el espacio, sus dimensiones, diseño, equipamiento, presupuestos...; y normativas a seguir, ya que, según la instalación que creemos, necesitamos saber y cumplir normativas muy claras”. Por su parte, Fernando Jover, Director Nacional de Usspa Hispania, destaca que es clave “crear un plan de negocio para definir la inversión a realizar, el periodo de amortización y el precio del servicio”, a lo que añade Tomás Junquera, Director General Thomas Wellness Group, que “lo principal es tener en cuenta el modelo de negocio. Por supuesto, antes de tomar una decisión hay que valorar también la inversión que se quiere realizar y los costes operativos y energéticos”.

Ventajas y motivos para instalar un spa en un hotel

Disponer de un spa en un establecimiento abre una nueva puerta de servicios al negocio, asegura el Marketing Manager de Aquavia Spa, Marc Sellares, quien añade que “un spa puede ampliar el porfolio de servicios que ofrece el negocio, ampliándolo a nivel de servicios relacionados con el wellness y la terapia del agua”. De la misma manera, desde Ambarspa, apuntan que aporta ventajas como el “valor añadido percibido por el cliente potencial, la ampliación de servicios por posibilidad de captación de clientes de la zona, las sinergias con los servicios

“tener un spa en su establecimiento hotelero, se ha convertido en una fuente de ingresos atípicos importantísima para el negocio de la hostelería...”

de restauración, la diferenciación de la competencia...” entre otros aspectos.

Y es que, como asegura el Director General de Asetra, Alfredo Pérez Sainz de la Maza, “hay dos grupos de ventajas: Las económicas, recogidas en algunos informes y estadísticas del sector donde, según las cuales, se sabe que la existencia del spa implica el incremento en la tasa de ocupación del hotel entre 2 y 4 puntos, y en el precio medio de la habitación con un incremento superior al 5% en la tarifa media del hotel; Y las relativas a la elección, ya que el 85% de las reservas hoteleras son vistas antes en internet por los clientes, y el segundo criterio por importancia en la elección que utilizan dichos usuarios es la existencia o no de spa y cómo es el mismo en el hotel. Aunque posteriormente no utilice dicha instalación, el usuario toma la decisión sobre la elección del hotel con ese criterio”.

Al resaltar las ventajas que aporta a un establecimiento la incorporación de un spa, más detallado es aún el Director Técnico de Freixanet Wellness Projects, Joaquim Pla, este arquitecto nos destaca que “los hoteles con spa podrán maximizar el valor añadido para sus clientes y les



Foto: Asetra

¿PROBLEMAS CON SU PISCINA?



Llámenos Ahora... **93 848 42 26** Diagnóstico y Presupuesto Gratuito

Porque sabemos que hasta un hotel de ensueño puede desmerecer si su piscina no está en perfectas condiciones. AlkorPlan es el revestimiento definitivo, que viste piscinas de moda y garantiza no más fugas de agua ni desconchados poco atractivos en las piscinas de hoteles de todo el mundo.

RENOLIT AlkorPlan

Porque todo son ventajas....

- ✓ Instalación en la mitad de tiempo y sobre cualquier material
- ✓ Sin obra civil, ni ruidos ni suciedad que molesten a los huéspedes
- ✓ Prácticamente sin mantenimiento
- ✓ Estanqueidad garantizada por 10 años incluso ante rotura del vaso

www.alkorpool.es
www.piscinas-alkorplan.com

Garantía
10 años
Estanqueidad



Rely on it.



Foto: Thomas Wellness Group

otorgarán un factor diferencial frente a la competencia... Los hoteles con spa son la primera opción para muchos clientes, los cuales, ya sea en unas vacaciones de aventura, sol y playa, naturaleza o relax, requieren de un spa para empezar o acabar el día con el cuerpo y la mente perfectamente equilibrados... El poder de atracción de un spa no sólo revierte en su propia cuenta de explotación, sino indirectamente también en la del propio hotel: mayor ocupación, mayor precio por habitación, mayor servicio percibido por el cliente. Apostar por un proveedor wellness de servicio integral no sólo supone ventajas en cuanto al proceso de trabajo, sino también en cuanto al resultado final”; A lo que añade que compañías como la suya tienen “una dilatada experiencia en proyectos integrales, en lo que asumimos desde el plan de viabilidad y el diseño, la instalación y la puesta en marcha, hasta el asesoramiento y la gestión del spa. Para que el spa sea rentable, no es suficiente en tener solamente el equipamiento necesario, sino que es fundamental que haya una buena gestión del centro y un personal profesional y cualificado para atender a la perfección las necesidades de un cliente muy exigente. Asimismo, es muy importante que el centro este a

la vanguardia de los nuevos tratamientos y las nuevas tecnologías del sector”, sentencia Joaquim Pla.

Desde Usspa Hispania, su Director Nacional, aconseja al propietario de un hotel que “tener un spa en su establecimiento hotelero, se ha convertido en una fuente de ingresos atípicos importantísima para el negocio de la hostelería. Complementa perfectamente con los ingresos por habitaciones y la restauración, por lo que al hotelero le aconsejaría que busque un espacio de su hotel que no utilice o que esté en desuso y planifique la construcción de un wellness spa. Y en caso de tener uno, optimizarlo con nuevos productos de rápida amortización. Así logrará diferenciarse de la competencia, fidelizará a la clientela y atraerá otra nueva”, comenta Fernando Jover. Al respecto, David Durán, Gerente de Saunas Durán, añade que “antes de ubicar las áreas wellness o relax se ha de realizar una valoración para adaptar el número de usuarios previstos dentro de estas áreas a los productos instalados, para obtener de esta manera, un uso y rentabilidad óptimos. Es imprescindible adaptar el diseño dentro del entorno, es decir, analizar la ubicación geográfica teniendo en cuenta los productos más demandados por el usuario dentro de la zona”. También en este sentido, desde Ambarspa, nos anotan que “las necesidades cambian dependiendo del tamaño y volumen del establecimiento. Pero en cualquier caso siempre aportan valor añadido y diferenciación con los establecimientos de la zona. Siempre

se requiere un buen análisis de las necesidades técnicas, un dimensionado acorde al establecimiento hostelero, un diseño de spa autogestionable y el diseño de un menú de servicios atractivo”, cita entre otras premisas.

Por último, y también destacando los motivos para la instalación de un spa, Milena Flaqué Llobet, Consultora de Ultratone Ibérica, añade que “el spa es un punto muy importante ya que, si se potencia su valor y se canaliza correctamente, puede ofrecer un alto rendimiento. Hay que tener en cuenta que puede convertirse en el foco de fidelización de clientes...”. Al respecto hace consideraciones como que “al idear un spa hay que tener en cuenta que el presupuesto debe incluir buenos terapeutas, equipos de tratamientos y cosmética de gran calidad. En muchas ocasiones, la inversión de la instalación y los permisos es tan elevada que los servicios que se ofrecen se realizan con aparatología y cosmética de poca calidad. Hay que recordar que el buen cliente vuelve cuando ha obtenido resultados y ha recibido trato excelente”, finaliza.

¿Qué demanda el cliente?

Hasta ahora hemos analizado los factores a tener en cuenta, las ventajas y los motivos por los que un hotel debe contar con una zona de relax, como es el spa, para atender un servicio cada vez más requerido por sus huéspedes, pero, ¿cuáles son las instalaciones y tratamientos que demandan estos



Foto: Freixanet Wellness Projects

clientes? Desde Freixanet Wellness Projects anotan que “la tendencia en el wellness apunta hacia completas zonas VIP que, cada vez, son más demandadas. Ya son varios los hoteles que se han apostado decididamente por este tipo de servicio, y no han dudado en incorporar una zona VIP en sus instalaciones para concluir el spa. Esta zona puede disponer de diferente equipamiento formando un completo spa para una pareja o un grupo reducido de personas; en él podemos encontrar desde una bañera de tratamientos para dos personas hasta una sauna y un ‘mud bath’ o un baño de vapor, e incluso pequeñas piscinas dinámicas (Vitality Pool) donde los clientes pueden disfrutar de los beneficios del wellness en total privacidad. En cuanto a la temática, existen clientes que solicitan spas con aires árabes, romanos u orientales, pero las nuevas tendencias se centran en formas de líneas puras, sencillas y elegantes con materiales de primerísima calidad”, señala Joaquim Pla.

Tomás Junquera, Director General Thomas Wellness Group, asegura que “lo que se demanda es la parte termolúdica y todo lo relacionado con los tratamientos. El tipo de establecimiento determina también la oferta y la demanda, no es lo mismo un hotel vacacional o rural, que un hotel urbano”. Al respecto Alfredo Pérez Sainz de la Maza, Director General de Asetra, añade que “la ubicación del

Foto: Asetra



Foto: Usspa

establecimiento y su público, marca de forma definitiva el tipo de servicios a ofrecer dentro del spa, y por tanto de las instalaciones a implementar en el hotel. El olvidarse de este principio y realizar spa “clones” es la antesala a los problemas de explotación futura”. Y es que los principales espacios con los que contará un spa los determina, como asegura el Gerente de Saunas Durán, la capacidad del hotel, señalando que “las instalaciones imprescindibles son: Zona de baños de calor: sauna finlandesa y baños de vapor; Zona húmeda: spas de relajación y duchas terapéuticas; Y zona de descanso: tumbonas térmicas. Todas estas áreas se proyectarán con el objetivo de una máxima rentabilidad y fiabilidad en el uso”, concluye David Durán.

Un apunte interesante lo realiza Milena Flaqué Llobet, Consultora de Ultratone Ibérica, al señalar que “en España tenemos zonas turísticas muy variadas y el cliente, que acude a un hotel de playa, no busca los mismos servicios que el cliente que va a un hotel para practicar deportes de nieve, al igual que no tiene nada que ver con el cliente que va a un hotel para relajarse o para recibir una cura de adelgazamiento, antienvejecimiento... En cada situación tenemos que buscar las necesidades que tiene el cliente, identificarlas y, si es posible, adelantarnos a ellas”. Al respecto, desde Ambarspa, añaden que “siempre dependerá del tipo de establecimiento pues no es lo mismo un gran hotel, donde un gran circuito de aguas se le presupone junto con varias cabinas para tratamientos, que una pequeña casa rural donde el cliente suele

demandar menos servicios, aunque hay centros de turismo rural que han hecho de una pequeña, pero atractiva oferta spa, su forma de diferenciarse y subir el target de sus clientes”. No obstante, la compañía aconseja que “el circuito de agua, más o menos amplio, debe ir acompañado de los tratamientos termales ya sean por saunas, baños turcos o las nuevas capsulas spa unipersonales, para tratamientos personalizados, que igual se integran en un pequeño spa que en una gran instalación. Por otro lado, las cabinas para tratamientos son fundamentales para la rentabilización del área spa y contribuyen a la fidelización de los clientes”.

Por su parte, Fernando Jover, Director Nacional Usspa Hispania, detalla que el cliente reclama “en aguas: piscina termal, spa de hidromasaje y ducha escocesa. En sauna: terma romana y baño turco. En masaje: masajes de relajación, anti estrés y tratamientos corporales”, por lo que aconseja que “un hotelero tiene que buscar el perfil de wellness spa que se adapte a su clientela potencial y realizar una inversión inteligente sin intentar abarcarlo todo”. Por último, Francisco Font Albiol, Gerente F&H Fitness Equipments, añade que “el cliente suele pedir los típicos masajes y zonas de agua, spa médico, spa terapéutico y spa bienestar”.

Conciencia medioambiental

La conciencia medioambiental, muy presente en estos momentos en todos los ámbitos de la sociedad, tampoco es

INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN: LA OFERTA DEL SECTOR

En estos momentos, con los nuevos tratamientos que están surgiendo (chocolaterapia, vinoterapia, watsu, oroterapia, ozonoterapia...) ¿en qué se está trabajando de cara al futuro? ¿Cuáles son las principales innovaciones que los fabricantes están llevando a cabo?

Alfredo Pérez Sainz de la Mata, nos asegura que “este es un mercado tremendamente ‘marketiniano’, es decir, se está en continuo desarrollo de conceptos y servicios que ofrecen a los clientes sensaciones, y por tanto las innovaciones van unidas a dichos desarrollos. Los fabricantes de productos sobre todo, pero también los consultores, los explotadores, los terapeutas, incluso la fusión de las distintas culturas a nivel mundial, hacen que nazcan y se desarrollen nuevos servicios que forman la esencia del I+D+i”. A lo que Francisco Font Albiol, añade que “se está trabajando mucho en el spa médico y terapéutico, y lo importante es que se está enfocando al spa para familias con hijos o spa familiar”. Por su parte, David Durán comenta que “en la actualidad todos los equipos se diseñan dando prioridad a conseguir equipos de bajo consumo energético y respetuosos con el medio ambiente. Por otro lado, se trabaja en el diseño de los mismos para que sean innovadores dotándolos de toda la última tecnología del mercado”. Y Tomás Junquera, asegura que “el termalismo es algo que viene de muy atrás, no lo hemos inventado la gente de nuestro siglo... Sin embargo, las circunstancias y la ciencia nos ofrecen nuevas posibilidades a nivel de tratamientos. Nuestra empresa trabaja en la tecnología de las cabinas, en el diseño de las mismas”.

Como servicio novedoso podríamos destacar los hoteles con una temática concreta, los cuales están adaptando sus establecimientos y su buen hacer a nuevas experiencias vinculadas a éstas temáticas, nos comenta Joaquim Pla, añadiendo que “por ejemplo, los hoteles de enoturismo, que una vez han combinado las bodegas con el hotel, a través de diferentes actividades como, descubrir los viñedos, catas de vinos, eventos, etc. se han decidido y siguen apostando en invertir en una zona wellness, dónde aplicar terapias y tratamientos derivados de la vid, los cuales aportan múltiples beneficios para la piel y el organismo. Uno de los proyectos más novedosos, en concepto de spa, que hemos realizado en el último año, ha sido la incorporación de un pequeño spa en una farmacia. En ésta se complementa la confianza de la farmacia y sus profesionales, con los servicios nutricionales, de estética y wellness ofrecidos. A parte de las zonas VIP, que actualmente se solicitan en la mayoría de hoteles, uno de los equipos que está teniendo más demanda, y en el que estamos trabajando para lanzar al mercado varias opciones, son las cabinas de sal: la sal y los ambientes marinos se han utilizado a lo largo de la historia con fines curativos, proporcionando efectos beneficiosos en problemas como los desórdenes de las articulaciones, el estrés, la fatiga crónica y los problemas cardiovasculares, a la vez que ayudan a mitigar las alteraciones de la piel y las enfermedades del aparato respiratorio. La cabina de sal ofrece al usuario una experiencia única, comparable a la de disfrutar de una estancia a orillas del mar. Además, mejora el rendimiento físico y proporciona más firmeza en la piel”, sentencia el Director Técnico de Freixanet Wellness Projects.

Para finalizar Fernando Jover, añade que “siempre buscamos diferenciarnos de la competencia, esto provoca que nuestra imaginación cree nuevos productos. Por experiencia, al final el 80% de la clientela busca los tratamientos tradicionales. El mayor desarrollo tecnológico se está realizando de puertas adentro, lo que no ve el cliente: sistemas de gestión de equipos integrados, conexión de los equipos directamente con fábrica para ver su rendimiento, preavisos de averías, etc. La principal innovación para el cliente es que se están introduciendo los diferentes tipos de masajes en la hidroterapia de los spas”.



Foto: Aquavia Spa

agentes regeneradores del entorno, evitando la erosión, manteniendo la calidad de las aguas y aumento de la biodiversidad, consiguiendo de esta manera, certificados de renombre, como el LEED (Leadership in Energy & Environmental Design)”.

Una observación interesante la realiza el Director de Asetra, anotando que “resulta sorprendente ver como muchas personas piensan que los consumos en agua y en energía de estas instalaciones deben de ser muy altos, y nada más lejos de la realidad. Por ejemplo, en agua, la instalación no debe de consumir más del 5% de su capacidad instalada, recordar que el agua se recircula..., y algo parecido ocurre con el capítulo de energía, donde si la instalación no es correcta seguramente no será eficiente, pero, a poco que haya sido desarrollada por un profesional, los consumos serán sostenibles”. Por su parte, el Director de Thomas Wellness Group añade, en este sentido, que “el gasto energético en los spas es un elemento que hay que tener muy en cuenta. Hoy en día, energías limpias como la solar o incluso la energía cogenerada pueden aportar soluciones muy interesantes para centros grandes”.

Ambarspa apela a la concienciación comentando que “hemos de intentar optimizar el consumo de recursos naturales y reciclado de los mismos. Es fundamental adaptar la planificación de aislamientos, instalaciones de climatización y filtración al área a diseñar, y el entorno en el que vamos a trabajar, lo



EUROSTARS
HOTELS

Eurostars Hotels Más de 70 hoteles en 40 destinos



Eurostars Hotels.

“Lo importante no es qué hotel eliges,
sino por qué lo eliges”

www.eurostarshotels.com



Foto: Freixanet Wellness Projects

que nos permitirá optimizar el consumo energético”. Comentario al que se suma el Gerente de F&H Fitness Equipments, al añadir que “la conciencia medioambiental es un punto muy importante en este sector, ya que nos basamos mucho en el medio ambiente para los tratamientos, como el agua marina, aceites naturales, esencias florales y siempre se intenta inculcar al cliente sobre esta necesidad”.

“Buscamos el ahorro energético: intercambiadores de calor, acumuladores, sistema control automático ECO, cubierta térmica totalmente impermeable” asegura el Director Nacional Usspa Hispania, aludiendo a que “nuestros spas, tanto de uso privado como público, cumplen la normativa DIN alemana. También buscamos el ahorro en agua: depósitos de compensación con regulación automática, lámpara UV para mantener limpia el agua, cubierta térmica que evita evaporación excesiva. Actualmente los productos están pensados para reducir al mínimo el gasto para el establecimiento hotelero y aprovechar los recursos energéticos sobrantes del hotel”. También, en una lucha por el ahorro energético, el Marketing Manager de Aquavia Spa, comenta que “nuestra propuesta estándar se basa en una opción de calefacción eléctrica, aunque ofrecemos soluciones como la opción de integrar intercambiadores agua-agua en nuestros equipos de filtración, lo

que permite al cliente calentar el agua del interior del spa, aprovechando la calefacción de su instalación”.

Entrando en detalles, sobre la eficiencia energética y la sostenibilidad, son reseñables los comentarios de Joaquim Pla (Freixanet Wellness Projects): “Otra manera de seguir con estos estándares es mediante el uso de materiales renovables, siguiendo el principio ‘cradle to cradle’. Para lograrlo se necesita pensar en sistemas de ciclos cerrados, donde residuo es igual a alimento, así como la explotación de la mayor fuente de energía: el Sol. Entre todas las instalaciones de un hotel, que se adaptan a estos requisitos medioambientales, cabe destacar las zonas wellness, las cuales, ya por su concepto, invitan a adaptar mejoras

sostenibles tanto en el diseño, en la construcción, como en la posterior explotación. Para lograr con éxito un spa sostenible es importante dejarse asesorar por una empresa especializada y que incluya entre sus valores soluciones que mimen el medio ambiente”.

El Director Técnico de Freixanet Wellness Projects, para concluir, nos destaca las mejoras que se implantan, para minimizar el impacto medioambiental, y hacer que un spa sea sostenible. Para ello el arquitecto nos señala unas pautas muy definidas, entre las cuales podemos destacar las siguientes:

- Utilización de materiales naturales en toda la construcción del centro. Por ejemplo, para la fabricación de las saunas se utiliza madera de bosques reforestados.

- Eliminación del PVC de las tuberías, substituyéndolo por polipropileno electrosoldado.

- Utilización de filtros de gran rendimiento para un mantenimiento perfecto de la piscina, con la mínima rotación de agua.

- Excelente aislamiento de las saunas y cabinas para conseguir un ahorro energético óptimo.

- Revisión periódica de los equipos, los criterios de higiene y limpieza, así como el uso eficiente de los materiales y productos biodegradables y renovables.

- Los tratamientos en cabina deben ser naturales utilizando productos saludables y de origen natural, libres de siliconas y



Foto: Ultratone

NORMATIVA, HIGIENE Y LIMPIEZA

En fechas recientes se ha aprobado por parte del Ministerio de Sanidad, el Real Decreto 742/2013 sobre los criterios técnicos sanitarios, para la utilización de piscinas e instalaciones de hidroterapia, que intenta dar las pautas de carácter general, a aplicar luego por las distintas autonomías, y que pretenden aunar criterios del sector, nos comenta Asetra. Palabras a las que se suma Ambarspa, añadiendo a la normativa vigente previa se ha incorporado el mencionado Real Decreto 742/2013, del 27 de septiembre, que establece los criterios técnico sanitarios del uso recreativo del agua , en piscinas, centros de masaje y usos terapéuticos.

Usspa Hispania hace referencia a que el aspecto sanitario es importantísimo. Cualquier spa tiene que tener un sistema de tratamiento antibacteriano, que evite la proliferación de gérmenes, bacterias, hongos, etc. El personal hotelero tiene que estar bien formado en el mantenimiento y tratamiento de aguas termales. Los clientes vienen a un establecimiento wellness spa, buscando salud, no para ponerse enfermos. En España la normativa del sector está atomizada, porque cada CC.AA. legisla sus normas. La Comunidad Valenciana, es la que tiene las normas más estrictas. En Europa, Austria es el país con mayores exigencias. Desde Ultratone añaden que en cuanto a equipos médico/estéticos, la regulación la controla la normativa sanitaria, para asegurar que las tecnologías que utiliza no son dañinas, sino que benefician la salud.

Por su parte, Freixanet Wellness Projects, destaca la importancia de la revisión periódica de los equipos, así como criterios de higiene y limpieza, además de orden. Hay que tener en cuenta, si hablamos de inversión que se aconsejan criterios de sostenibilidad para el mantenimiento del spa y de sus equipos. Se debe apostar por el ahorro de energía y de agua a la hora de planificar los centros wellness, haciendo un uso responsable de los recursos naturales. Todos estos factores posibilitan una reducción importante en el consumo de energía si controlamos su uso. Por otro lado, aunque todas las Comunidades Autónomas disponen de una legislación específica sobre piscinas, los spas se rigen por una jurisdicción diferente. La mayoría de las autonomías cuentan con un mismo marco de referencia donde se establecen los criterios higiénico-sanitarios para la prevención y control de la legionelosis. El agua debe ser renovada continuamente, con lo que queda claro que se necesitan soluciones de aprovechamiento. Para ello, pueden adoptarse distintos sistemas que contribuyen al uso sostenible de los recursos naturales; En principio, toda el agua utilizada en un spa se puede reciclar, aunque los tratamientos necesarios para ello hacen más o menos viable económicamente la adaptación de la tecnología precisa. Por tanto, la implantación de procesos de reutilización depende de la voluntad de los propietarios del centro wellness, pues un proyecto sostenible debe ser concebido desde el primer momento y formar parte de la propia concepción de la inversión que hay que realizar.

derivados del petróleo, y con ingredientes biodegradables con bases de algas, barro y sales.

- Aprovechar al máximo todos los espacios con luz natural y con vistas, y hacer un uso eficiente de los rayos solares, prescindiendo así de la iluminación artificial. Si no se dispone de un espacio con luz natural se deben utilizar luces de bajo consumo.

- La climatización del espacio se puede controlar con bombas geotérmicas, y el agua caliente se puede suministrar a través de un sistema de energía solar térmica.

- Instalación de procesos de reutilización del agua utilizada en el spa.

“Las medidas enfocadas al ahorro energético, si están bien planificadas, no supone un gasto sino un ahorro muy importante para el hotelero. Se trata de que el proyecto global incluya este tipo de medidas eco-eficientes en la planificación, las cuales, a largo plazo, se van a ver rentabilizadas en la cuenta de explotación del hotel”, concluye Joaquim Pla.

Futuro del sector

Las áreas wellnes y spa se han convertido en una parte imprescindible de cualquier establecimiento hotelero, que ha visto como, tras la situación de impass producida en estos últimos años, el mercado está evolucionando hacia una mayor especialización y universalización de sus servicios facilitando el acceso a un amplio grupo de la población. Pero, ¿hacia dónde evolucionará en los próximos años? Desde Ambarspa destacan “varias líneas claras de crecimiento, por un lado

de ampliación de servicios e instalaciones en cualquier establecimiento hostelero y, por otro, de creación de nuevos centros que buscan la sinergia entre las áreas spa/wellness con servicios sanitarios complementarios. Nosotros apostamos por la creación y generalización de los servicios spa/wellness ‘in suite’, ofreciendo un amplio abanico de servicios a los clientes en la intimidad y confort de sus habitaciones”.

Alfredo Pérez Sainz de la Maza, vaticina que “aunque el sector está en pleno

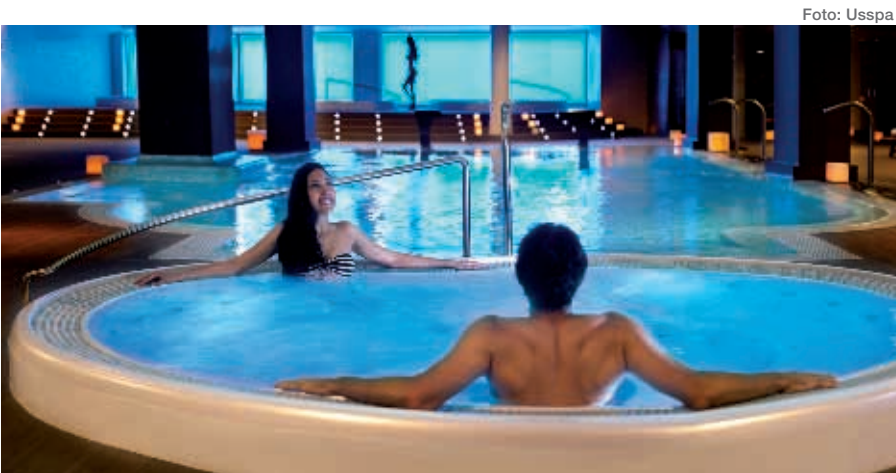


Foto: Usspa



Foto: Thomas Wellness Group

proceso de estabilización, todavía no ha alcanzado la madurez de la industria. Sí es claro que se ha transformado de un capricho a una industria, y como tal industria, está aún definiendo los estándares de operación, los criterios de rentabilidad, y demás parámetros que conforman el día a día de la gestión de los centros. Esto, unido a una creciente profesionalización del servicio, nos llevará a un crecimiento sostenido aunque no vertiginoso como se vino ‘pareciendo’ en años pasados”. Por su parte, Marc Sellares, Marketing Manager de Aquavia Spa, opina que “el sector tiene unas buenas perspectivas de futuro; cada vez más los usuarios de balnearios, hoteles, casas rurales solicitan servicios de spa a la hora de contratar, por lo que esto nos hace ser optimistas y nos ayuda a invertir para mejorar nuestro producto”.

Foto: Saunas Durán



“el sector tiene unas buenas perspectivas de futuro; cada vez más los usuarios (...) solicitan servicios de spa a la hora de contratar, por lo que esto nos hace ser optimistas...”

sector del bienestar. Esta tendencia es natural y continuará creciendo, pero en este crecimiento debe ir acompañado del valor añadido, del concepto, de la diferenciación, para no entrar en una batalla de precios y de descuentos. Generar su propia marca y tener un flujo de clientes asiduos nos garantiza una excelente continuidad y una consolidación en el sector”.

Por su parte, Tomás Junquera, opina que “como todo, y más con el ajuste que ha sufrido el sector, creo que se valorarán mucho más las inversiones, primarán los modelos de negocio sostenidos sobre los spas montados por inercia o por modas, y permanecerán los centros que ofrezcan un verdadero valor añadido en su oferta”. Fernando Jover, de igual manera añade que “los hoteleros se han dado cuenta de que un wellness spa, por pequeño que sea, les da una ventaja competitiva sobre la competencia. Se ha convertido en una necesidad para los profesionales de la hostelería, y no en un capricho para unos pocos. En el mercado nacional, da igual si el hotel es de playa o de montaña, y qué número de estrellas tenga, el tener un wellness spa, va a ser una imperiosa necesidad si quiere, no ya ganar clientela, sino mantener la actual. Como en muchos otros sectores, empezamos tarde con los tratamientos hidrotermales en la hostelería, pero en estos momentos es un camino imparable hacia el éxito del negocio”.

El sector turístico representa el 11% del PIB de España y, actualmente, el turismo del bienestar es el que contempla un mayor crecimiento. Si nos centramos en Cataluña, como nos comenta Joaquim Pla, “el turismo de bienestar vinculado a balnearios y hoteles con áreas de wellness ha aumentado un 10% durante el último año y ha convertido a esta comunidad en la número uno de esta especialidad turística en todo el territorio español, situándola

entre los primeros quince destinos mundiales. El aumento más importante de la demanda se ha producido entre los turistas procedentes de países del Este y principalmente de Rusia, atraídos por la combinación de turismo de bienestar con los atractivos culturales y gastronómicos de este territorio. Según fuentes de la Agencia Catalana de Turismo, en Cataluña hay 22.000 empresas privadas que prestan servicios relacionados con el turismo de bienestar con una facturación anual de 4.900 millones de euros, lo que supone más del 40% del total de volumen de negocio hotelero en todo el territorio español. Respecto a estas cifras, hay que constatar que los establecimientos hoteleros que han experimentado un aumento más notable son los de categoría más elevada, concretamente los hoteles de cuatro y cinco estrellas, mientras que los hoteles low cost han permanecido estancados. Dentro de los hoteles de gama alta, los que han registrado una mayor ocupación ofrecían a sus clientes las ventajas del turismo de bienestar en áreas wellness

especializadas y de última generación. La entrada de nuevos competidores de alto nivel y cadenas empresariales con ambiciosos planes de expansión han provocado una competencia feroz, con equipos más modernos y ofertas de tratamientos especializados, la mayoría situados en los mercados exteriores, que provocan una necesidad urgente de inversión y actualización en el panorama nacional”.

“El consumidor wellness es cada vez más exigente porque es más conocedor del producto y, por lo tanto, sus expectativas de profesionalidad y calidad serán muy altas. Evaluar las oportunidades de hoy será el éxito del negocio del mañana. Debemos aprovechar dos tendencias reales: el crecimiento del turismo en España y el incremento del turismo de salud y bienestar en el mundo. Hay que redefinir la oferta, nuestra gran oportunidad es crear un nuevo destino. Destino de bienestar, para captar nuevos segmentos turísticos que eligen su lugar de descanso en función de la tipología y la calidad de



Foto: Asetra

los spas o espacios wellness que existen. Es el momento de redefinir la oferta de bienestar para adaptarla a las exigencias actuales y competir con el mercado internacional. Hay que preocuparse por la calidad de los productos, mucha gente no está preparada para la excelencia y es el momento de sorprenderla”, concluyen desde Freixanet Wellness Projects.

Nunca ha sido tan fácil entrar y salir del agua



- Sin instalación.
- Una silla para todas las piscinas.
- Fácil de usar
- Sin barreras. arquitectónicas.
- Totalmente segura
- Acorde con la normativa de accesibilidad

ALPE POOLS, S.L
AVD. CORNELLA, 19 - 08950
ESPLUGUES DE LLOBREGAT (BARCELONA)
TEL. +34 93 3723890
www.alpepools.com
info@alpepools.com