



Foto: Grupo Model Spa

Spas, construcción y equipamiento

Beneficios de la relajación

En la actualidad, el turismo de salud se está vislumbrando como la curación perfecta para uno de los problemas más extendidos en nuestra sociedad: el estrés. Por ello, y para ayudarnos a mejorar en ese aspecto, salud, ocio y bienestar se unen permitiéndonos disfrutar de la tranquilidad que ofrece un buen baño, un relajante masaje o una terapia para nuestros músculos... y todo ello reunido en un solo espacio, el Spa. A día de hoy, ya no es difícil acceder a cualquiera de estas terapias, ya que tanto en spas urbanos, como en hoteles, tanto vacacionales como urbanos, podemos aunar descanso, salud y diversión.

En estos momentos, el turismo de mapa y monumento ha pasado a un segundo plano en favor de un masaje con los métodos más actuales. La gente se está decantando, debido a nuestra forma de vida, por un turismo de salud, el cual pretende ser la cura para nuestra ajetreada vida en la ciudad y el estrés. El trabajo, las responsabilidades, la rutina diaria... son elementos que nos impiden caer en la cuenta de lo necesario que es contar con el equilibrio obligatorio que debe haber entre cuerpo y mente, para, de esta manera, no alterar la salud del organismo. Es, por esta razón, por lo que cada vez más gente se plantea tomarse unos días de desconexión en un lugar dedicado a la purificación y el relajamiento.

“La salud, el ocio y el bienestar se unen para hacernos disfrutar de la tranquilidad que ofrece un buen baño, un relajante masaje o una terapia que mejore el estado de nuestros músculos...”

Con esta tendencia, se nos permite aunar descanso y diversión a través de balnearios y hoteles que nos ofertan sus servicios pensando en la comodidad y el disfrute, sin necesidad de salir de ellos. Aquí, la salud, el ocio y el bienestar se unen para hacernos disfrutar de la tranquilidad que ofrece un buen baño, un relajante masaje o una terapia que mejore el estado de nuestros músculos.

Pero sobre todo, el principal atractivo con el que cuentan los spas, se encuentra en el uso del agua para mejorar nuestra salud, tanto física como mental. Con esta idea surgieron los spas, esos establecimientos en los que salud y ocio van de la mano, y que nos ayudan a renovar toda la energía que se va perdiendo a lo largo del día a día.

Pero hay que tener en cuenta que la oferta de los spas va mucho más allá y, además de los tradicionales tratamientos, han ido incluyendo, a lo largo de estos años, en su carta todo tipo de tratamientos pensados en estimular la salud o incluso la belleza.

En conclusión, contar con una zona wellness o spa en el hotel sólo ofrece beneficios, si se sabe amortizar bien ya que la mayoría de personas que se alojan en un hotel, buscan mayores prestaciones que les permita relajarse y volver con las pilas cargadas.

Al final, el spa es un servicio, y como tal, los hoteles, están enfocados para prestar el mayor número posible de servicios a sus clientes relacionados con su actividad. Por lo que, tal y como afirma Alfredo Pérez Sainz de la Maza, Director General de Asetra Balnearios y Spa, “lo que estamos viendo en los últimos años es una racionalización del servicio, es decir, igual que no todos los restaurantes o las cafeterías son iguales, dependiendo estas de cada establecimiento hotelero, lo mismo está sucediendo con el área



Foto: Freixanet Wellness Projects

de salud y belleza, el tan consabido Wellness, donde el hotel, en función de sus características, define cómo debe de ser su espacio dedicado, con qué tipo de servicios debe contar y cómo se deben gestionar. Además, deben pensar que sus clientes, aunque no lo use, tomaran este servicio como criterio para su próxima reserva”.

El concepto de bienestar que tenemos actualmente ha evolucionado a lo largo de los últimos años. En la actualidad, debido al aumento y mejora de nuestra calidad de vida, además de la curación y alivio de las enfermedades o dolencias buscamos un estado de bienestar físico y mental. “Es por ello que las zonas wellness/spa de los

hoteles se proyectan y remodelan para dotarlas de amplios espacios en las que poder disponer de zonas destinadas a disfrutar de los beneficios de la relajación a través del calor, el agua y el masaje”, informa David Durán, Gerente de Saunas Durán. Según analiza Tomás Junquera, Director de Thomas Wellnes Group, en la década pasada hubo un boom de instalaciones de spa dentro de los hoteles de nueva construcción. Sin embargo, en su opinión, “el parque hotelero en España es extenso y quedan todavía muchos hoteles por actualizarse, y donde, por supuesto, un área spa tiene cabida”. De igual modo, Fernando Portoles, Director de Marketing de Prim Spa, destaca que en los últimos años, se ha producido

Foto: Thomas Wellnes Group





Foto: Asetra Balnearios y Spa

una incorporación de zonas de Spa a muchos hoteles de España y del resto del mundo como un valor añadido para el hotel. “Sin embargo, todavía hay muchos hoteles en España que no cuentan con un Spa en sus establecimientos y esto es algo que desde nuestro punto de vista, les coloca en desventaja respecto a sus competidores y respecto a la tendencia del mercado a nivel mundial”.

En este sentido, y dada la alta competencia, la oferta lúdica va en aumento, “por lo que un hotel que no pueda ofrecer al visitante un área que le permita relajarse y disfrutar, pierde inevitablemente competitividad con respecto a los centros que sí lo ofrecen. Un área wellness/spa, en la actualidad, es tan necesaria como el restaurante o la cafetería”, continúa detallando David Durán. Así pues, inicialmente, lo que los clientes han de valorar es la diferenciación con la competencia a nivel de servicios, “así mismo, contar con un spa en las instalaciones del hotel también hará ganar más clientes y generará más ingresos por lo que, a su vez, el nivel de clientes que se hospedarán será mayor, ya que son más exigentes y valoran mucho más los servicios que ofrece el hotel. Por lo que no solo hay que tener en cuenta lo que pueden ganar si no lo que realmente pueden perder”, afirma Guillermo Marín Aguilar, asesor y experto en Termalismo Internacional, Colaborador del Grupo Model-Spa. De igual modo opina Tomás Junquera, detallando que el hecho de tener spa dentro de un hotel marca la diferencia, si bien el tipo de hotel puede acentuar este punto. “La retención y la

permanencia de los clientes dentro del establecimiento es algo en lo que el spa puede ayudar mucho”.

“Todos los negocios tienen que evolucionar y uno de los servicios que pueden dar los hoteleros para incrementar su facturación es la instalación de un centro de termalismo, llamado Spa, Balneario Urbano, Wellness Center...”, concreta Fernando Sanz, Gerente de Europea Térmica Eléctrica.

En definitiva, “cualquier empresario del sector turístico con una visión clara de las necesidades actuales, sabe que el wellness se ha convertido en una oferta imprescindible y necesaria para la futura expansión del sector”, determina Joaquim Pla, Director Técnico de Freixanet Wellness

Proyectos, que continúa detallando que “a los que todavía se plantean el ofertar este servicio les diría que si quieren estar en línea, o mejor, diferenciarse de sus competidores, deben apostar por un centro de spa. Hoy en día es impensable que un buen hotel no disponga de spa y si ya lo tiene, que no esté adaptado a los estándares actuales”.

En definitiva, “la inclusión de zonas de wellness, tanto salas de aguas como zonas de bienestar y tratamientos, son el estándar imprescindible en la construcción o remodelación de hoteles de categoría. El criterio y la necesidad lo fija, no solo la demanda de los usuarios, sino la competencia propia entre cadenas hoteleras”, concluye Marc Badía, Gerente de Staff Piscinas.

El spa en el hotel

El turismo de salud es un sector en auge, y parte de los hoteles de un nivel superior a 4 estrellas se plantea, en su oferta general de servicios, un proyecto de instalaciones hidrotermales o un proyecto de reforma de las instalaciones ya existentes.

En estos momentos, y como detallan desde Saunas Durán, “según un estudio del DBK, en Julio de 2012 se contabilizaban 740 centros con una capacidad de 188.000 plazas situados mayoritariamente en Canarias y Andalucía, comprendiendo establecimientos dedicados al turismo de salud y bienestar,

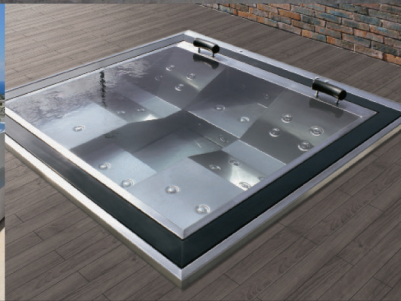
Foto: Thomas Wellnes Group



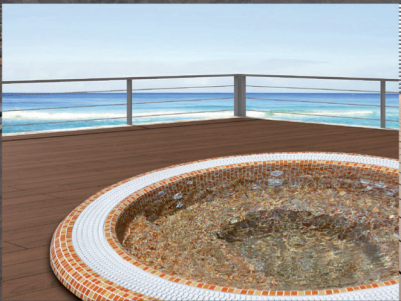
- Una amplia gama de Spas con diferentes acabados.
- 25 años de experiencia en la fabricación de Spas.
- Fabricación Española.
- Diseño exclusivo



SPA PRIVADO



SPA EN ACERO INOXIDABLE



SPA CON MOSAICO



SPA CON REBOSADERO

Avda. De la Porta Diagonal, nº 34 Local (Junto Corte Inglés)
C.P. 08940 Cornellà de Llobregat BARCELONA
Contacto: 933 770 665 · info@cataloniaaqua.com
www.cataloniaaqua.com



Foto: Freixanet Wellness Projects

incluyendo centros de talasoterapia, centros especializados en tratamientos de este tipo y hoteles con spa". Así mismo, Freixanet Wellness Projects, expone que en las zonas turísticas de playa o montaña, "el 70% de los establecimientos de una categoría igual o superior a las cuatro estrellas ya disponen de algún tipo de equipamiento wellness. En las zonas urbanas, seguramente este porcentaje bajaría hasta el 40 o 50%, pero también se están adecuando rápidamente". Continuando con el estudio del DBK, desde el Grupo Model-Spa se especifica que de los 840 establecimientos wellness, cerca de 670 son balnearios y hoteles con spa o talasoterapia y 170 son balnearios o spas urbanos. Gran parte de ellos son vacacionales y en la gran mayoría cuentan con instalaciones de spa

y wellness, proporción que alcanza un 25% en el caso de los establecimientos urbanos. "Hoy en día, los spa son 'una instalación incuestionable en todo desarrollo hotelero', recordamos que en los años 70/80 los hoteles empezaban a incorporar en sus establecimientos servicios externos al alojamientos como podía ser cafetería, salas de reuniones y eventos, etc. Y hoy en día, buscando la mejora de calidad de servicios para los huéspedes, los hoteles están incorporando servicios de bienestar, salud, imagen personal, wellness, etc.". Con esta misma idea, desde Staff Piscinas, explican que, en hoteles de categoría superior, es un servicio imprescindible para los usuarios, sin suponer un costo adicional para ellos. "Esto debe asumirse para los hoteles como un estándar equivalente

Foto: Grupo Model Spa



"Un centro wellness bien gestionado puede aportar un rendimiento muy satisfactorio para el inversor..."

al de disponer de un lobby amplio y cómodo o, por ejemplo, a la calidad de las habitaciones. La rentabilidad debe contemplarse en el conjunto calidad y costo de servicios, con la tarifa del alojamiento".

Por el contrario y, a pesar de que existen unos 700 hoteles con instalaciones de termalismo, desde Europea Térmica Eléctrica, opinan que el 90% han realizado unas instalaciones que no tienen ninguna utilidad y que tendrán que reformar o cerrar. "Solo son útiles y rentables los centros de termalismo que mejoran la vitalidad de las personas, la mayoría de los hoteles tienen unas instalaciones inútiles, con grandes gastos de gestión y con inversiones disparatadas".

Por otro lado, desde Asetra Balnearios y Spa, indican que "no hay una estadística formal al respecto, aunque según estimaciones, sí podemos hablar de más de 3.000 instalaciones en establecimientos hoteleros. La cifra es importante, y refleja el esfuerzo de adaptación de los hoteles a la demanda del servicio por los clientes".

Sin embargo, y en opinión de Thomas Wellnes Group, creen que "solo los de nueva construcción, o los que se han sometido a una reforma importante en la última década. En cualquier caso son minoría".

Pero lo que sí hay que tener muy en cuenta, es que la creación de este tipo de zonas es indudablemente una manera de atraer clientes que estén interesados en la oferta de relax que ofrecen la gran mayoría de hoteles.

"La tendencia del cliente está cambiando y cada día hay más número de huéspedes que deciden disfrutar de las instalaciones del hotel, independientemente de su uso como punto de descanso a la hora de hacer turismo. La comparativa a la hora de reservar, por lo tanto, es obligada", expone David Durán (Saunas Durán).

¿EN QUÉ SE INNOVA?

Un centro de termalismo tiene unas instalaciones muy precisas, zona de aguas, piscina de hidromasaje, piscina de relax y de tonificación, zona de sudoración pasiva, sauna húmeda (terma) y baño turco, zona de duchas bitérmicas y zona de relajación. Entre esta variedad de programas, "también se pueden habilitar cabinas para tratamientos pero se debe prestar atención pues las cabinas implican personal y si no hay clientela para las cabinas los gastos pueden comerse los ingresos de todas las instalaciones", analiza Fernando Sanz, Gerente de Europea Térmica Eléctrica.

Existen varias líneas de desarrollo sobre las que más se está actuando últimamente, según describe Alfredo Pérez Sainz de la Maza, Director General de Asetra Balnearios Y Spa.

En un primer momento destaca la seguridad en cuanto a la instalación, donde medidas como la implantación del último RDL 742, en donde se tiende a dotar de mayor seguridad sanitaria y ambiental al consumidor.

Así mismo, la sostenibilidad, con instalaciones cada vez más eficientes, pensando en el consumo la eficiencia energética, se está teniendo más en cuenta a la hora de innovar en las distintas instalaciones.

Hay que tener muy en cuenta, además, que 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. Los materiales y acabados de los equipamientos son decisivos para crear un clima especial y en esto, en opinión de Joaquim Pla, Director Técnico de Freixanet Wellness Projects, se centran las principales novedades: equipamientos atractivos de diseños funcionales y modernos, que ofrezcan un entorno agradable, sean respetuosos con el medio ambiente, tengan un consumo energético sostenible, y estén fabricados con materiales de primera calidad para dar un óptimo servicio al usuario y un fácil mantenimiento y conservación para el propietario.

Del mismo modo, cuanto mayor número de metros cuadrados estén destinados a este tipo de zonas, se puede dotar también de un mayor número de elementos. Aumenta el número de Spas de hidromasaje que se combinan con piscinas lúdicas. Las saunas finlandesas se combinan con baños de vapor y termas. Y así mismo, se cuenta con un mayor número de duchas de sensaciones que combinan tratamientos basados en la presión y temperatura del agua.

En definitiva, las últimas tendencias en las zonas de relax que más sorprenden a los huéspedes son los espacios donde la fusión de los sentidos tengan lugar, "conjugando la iluminación con los olores autóctonos, los sonidos que envuelven a aquellos que disfrutan de unos momentos donde encontrarse con uno mismo, y los detalles como valor añadido de la región en la que se disfrute como podemos referir los tratamientos utilizando materias primas básicas como el vino, el cava, frutas autóctonas, etc., que nos hacen sentir momentos únicos e irrepetibles dependiendo de la zona geográfica", detalla Guillermo Marín Aguilar, asesor y experto en Termalismo Internacional, Colaborador del Grupo Model-Spa.

Foto: Thomas Wellnes Group



Así pues, muchos hoteleros, "gracias al aumento de la demanda de estos servicios (sauna, spa, baño de vapor, duchas terapéuticas, etc.), están consiguiendo una mayor rentabilidad de las zonas wellness/spa de sus hoteles, gracias a la abertura de los mismos a otros clientes, independientemente de que éstos estén alojados o no en su hotel".

En opinión de Joaquim Pla (Freixanet Wellnes Projects), 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. Un centro wellness bien gestionado puede aportar un rendimiento muy satisfactorio para el inversor. Pero hay que tener en cuenta que para que el spa sea rentable, no es suficiente con 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. En hoteles de categoría superior es un servicio imprescindible para los usuarios, sin suponer un costo adicional para ellos. "Aunque la inversión en obra y equipamiento de una sala de aguas es importante, son muy superiores los gastos de explotación. El correcto análisis de estos gastos y su repercusión en las tarifas, supondrán la correcta gestión de la inversión. A medio plazo los hoteles que no dispongan de esta oferta, a igual categoría, perderán clientela respecto a los que si dispongan de zona de spa", afirma Marc Badía (Staff Piscinas).

"Así mismo, es muy importante que el centro esté a la vanguardia de los nuevos tratamientos y las nuevas tecnologías del sector, para llegar aún más a los clientes", expone Joaquim Pla. Con esta misma idea, David Durán (Saunas Durán), detalla que es muy importante que estas áreas estén atendidas por personal competente y que los servicios lúdicos deben estar adaptados a la demanda, según el tipo de cliente (hotel urbano, rural, etc.).

Por otro lado, hay que considerar que, en un principio, la definición de los spas "era casi mimética en cuanto a su contenido. Prácticamente todos eran iguales en servicios. Sin embargo, en

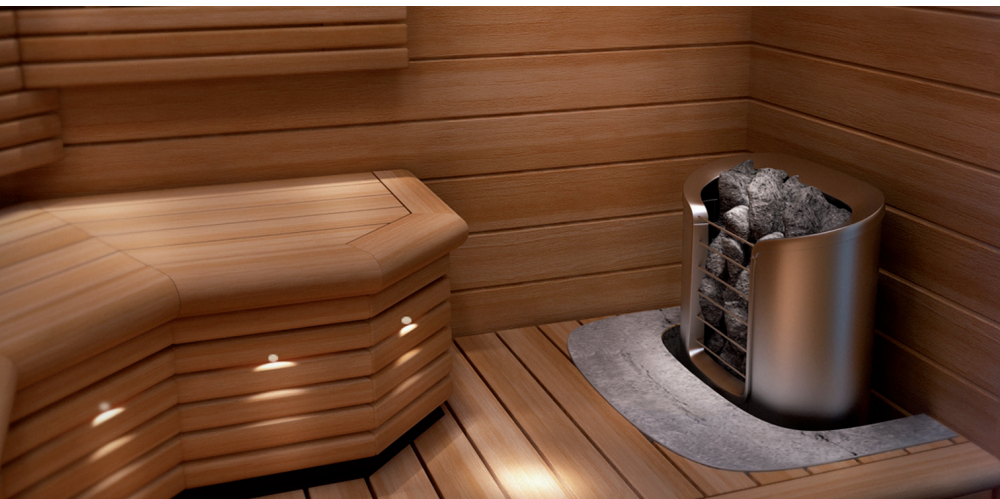


Foto: Saunas Durán

los últimos años, y como consecuencia de la necesidad de rentabilización y de amortización de la inversión, se ha ido produciendo un fenómeno de adecuación de la instalación a la realidad específica del hotel, surgiendo unidades wellness mucho más adaptadas y pensadas para la explotación, lo que va a permitir que la rentabilidad y, por tanto, la amortización de la inversión sea más fácil. Esto es así por dos aspectos fundamentales: uno, la inversión es menor, dos, la explotación es más profesional y adecuada al público y situación de mi hotel”, concreta Alfredo Pérez Sainz de la Maza (Asetra Balnearios y Spa).

En definitiva, la amortización de la instalación de un spa, en opinión de Fernando Sanz (Europea Térmica Eléctrica) debe ser de unos 5 años máximos, dependiendo de la inversión y de la facturación. “Un centro de termalismo para un hotel tendrá una superficie de unos 300m² y dependerá del número de habitaciones y de la ubicación para captar clientes habituales de la zona”. A pesar de que, como se ha comentado la amortización de este tipo de instalaciones se marca en un periodo no inferior a 5 años “los beneficios de la apuesta son notables, primero el orden diferenciador con la competencia y sobre todo el valor de calidad hacia el cliente, ya que no solo contará con un establecimiento hotelero para hospedarse sino también para relajarse y disfrutar de unas instalaciones que en otro hotel del entorno no encontraría, las sensaciones que puede encontrar al disfrutar de estos servicios de relax, salud o belleza, siendo esta, la

parte de rentabilidad de la inversión, dado que el cliente va a priorizar un hotel con spa antes que simplemente un hotel para hospedarse”, analiza Guillermo Marín Aguilar (Grupo Model-Spa).

Desde otro punto de vista, Fernando Portoles (Prim Spa) destaca que la amortización de un Spa depende enormemente de los parámetros del hotel como su número de habitaciones, su precio medio, si es un hotel de ciudad, de playa o tipo resort, etc... Además depende del dimensionamiento del Spa, de los sistemas energéticos que se utilizan para climatizar la zona y su sostenibilidad así como de la forma de operar el Spa y su cuenta de resultados. “Por tanto, como conclusión, no existe un cálculo medio para calcular la amortización media de un Spa, sino que en cada caso concreto debe

“Es muy importante que el centro esté a la vanguardia de los nuevos tratamientos y las nuevas tecnologías del sector, para llegar aún más a los clientes...”

realizarse un cálculo a medida”. Además, continúa explicando que la rentabilidad del Spa “puede también valorarse desde el punto de vista estrictamente de la P&L del negocio del Spa como una unidad de negocio independiente en el caso por ejemplo de un hotel balneario o también como una unidad de negocio complementaria a la del servicio de habitaciones y de restauración del hotel que es como entendemos que se debe analizar la rentabilidad de otros Spas en hoteles de ciudad o vacacionales”.

Respecto a la facturación, “dependerá de la calidad de las instalaciones de agua, calor, relax y ventilación y los gastos de gestión están directamente relacionados con el diseño”, concluye Fernando Sanz.

¿Dónde se instala?

Estas instalaciones se van a localizar, en opinión de Joaquim Pla, en los hoteles de categorías superiores y, dentro de los situados en este sector, los destinados a turismo vacacional de alto standing, especialmente en zonas de montaña y playa. Por otro lado, Alfredo Pérez Sainz de la Maza, considera que, en la actualidad, se van a encontrar en cualquier tipología

Foto: Freixanet Wellness Projects



GUILLERMOMARÍN
SPA WELLNESS INTERNATIONAL MANAGER

*20 años de termalismo
al servicio del bienestar.*

“Durante todo este tiempo desarrollando labores de consultoría, formación, construcción y dirección de centros spa, wellness y balnearios siempre he tenido clara la importancia de controlar los puntos clave de la cadena de valor para poder afrontar cada proyecto con éxito.”

www.guillermomarin.es · info@guillermomarin.es



Foto: Aquacrist

hotelera, sin distinción de categoría o ubicación, aunque “también es cierto que es difícil que no esté funcionando en los centros de cuatro y cinco estrellas donde prácticamente es un ‘must’ a la hora de definir el programa constructivo del hotel, si es de nueva planta o reformado”. Sin embargo, Tomás Junquera, detalla que en los hoteles urbanos es más difícil encontrar zonas de spa importantes.

En relación a esto, y en opinión de Guillermo Marín Aguilar, es cierto que cada hotel puede crear su spa de diseño adaptando las dimensiones y servicios dependiendo de la filosofía de establecimiento así como la ubicación, si es de playa, de montaña, o el tipo de cliente, joven, familiar, tercera edad etc., sin necesidad de grandes inversiones. “En la actualidad no solo se ofrecen instalaciones termales de spa sino que también en hoteles de 4 o 5 estrellas se están incorporando espacios temáticos de bienestar, donde ofrecer servicios de hidro-estética, belleza, salud, lectura, juegos infantiles, fitness, etc. con mínimas dimensiones, pero tematizados, donde la sensación de privacidad te envuelva en el entorno de la temática elegida, pudiéndose crear en zonas de poco uso o bien en lobi del hotel”.

A pesar de todo ello, hay que tener en cuenta que la existencia o no de este tipo de instalaciones, lo marca el nivel de usuario. “Nos encontramos spas en los hoteles con un cliente muy consciente

de la importancia del bienestar general, no sólo en hacer dieta y ejercicio, que repercute directamente en su cuerpo, sino también en la salud de su mente. Relajarse y desconectar de los problemas del día a día es un regalo para el cuerpo y la mente, y cada vez más los clientes buscan alojamientos, centros deportivos y en general, lugares de destino con spa para pasar las vacaciones, siendo éste un factor clave”, concreta Joaquim Pla.

Pero en opinión de Fernando Portoles por regla general y desde un punto de vista objetivo, consideran que los hoteleros deberían desarrollar con mayor interés la opción de incorporar una zona de Spa en sus hoteles ya sean urbanos o vacacionales. De esta forma aportarían

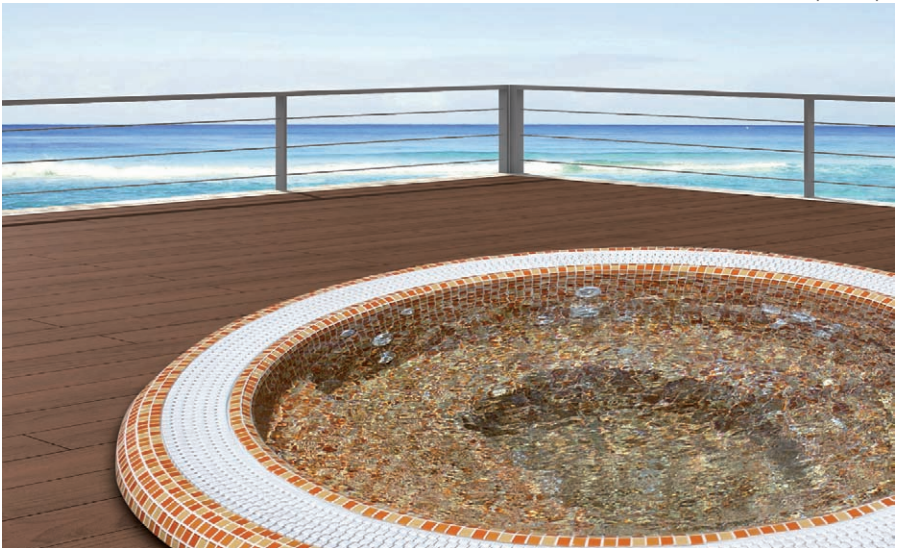


Foto: Aquavia Spa

a sus huéspedes nuevas experiencias y ayudarían a mejorar el negocio desde un punto de vista global. “En el caso de los hoteles vacacionales, pensamos que el incorporar una zona de Spa se ha convertido prácticamente en un ‘must’ sin importar la categoría del hotel o su segmentación de marca ya que es un servicio muy demandado por los clientes cuando se encuentran de vacaciones en pareja, en familia o cuando el hotel es de tipo resort”. Mientras que en el caso de los hoteles urbanos, continúa exponiendo que la incorporación de las zonas Spa es mucho menor y depende de la categoría del hotel (generalmente la incluyen los 5* o 5+ G.L.) o de segmentación de marca orientada al público “solo adultos”.

Así pues, concluye detallando que sería positivo para el sector, “que hubiera más hoteles que consideren incorporar una zona de Spa, siempre que previamente se realice y apruebe un estudio de viabilidad operativa del Spa en función de los parámetros del hotel y se pueda objetivar la rentabilidad del mismo o su capacidad de generar un valor añadido para el cliente en base a nuevas experiencias y por tanto una ventaja competitiva para el hotel”.

Rehabilitación y reforma, un punto a favor

En los últimos años se han remodelado estos establecimientos para poder adaptar las áreas wellness/spa que ya existían a las exigencias de los usuarios. Mientras que, los centros hoteleros que no disponían de estas áreas han

readaptado sus espacios para ofrecer una mayor oferta lúdica. “La reforma de la planta hotelera está trayendo consigo que muchos de los hoteles hayan podido comprobar las ventajas de tener un Spa en sus instalaciones o las que se producen en el caso de sus competidores y muchas de las reformas de los hoteles actualmente y especialmente aquellos de tipo vacacional, van orientadas a la incorporación de nuevas zonas de Spa”, desarrolla Fernando Portoles, de Prim Spa.

“Desde el año 2014 y en los próximos años prevemos un aumento de la oferta de relax en hoteles de nueva construcción, especialmente en los hoteles de turismo rural y hoteles de cuatro y cinco estrellas y en todos aquellos que estén enfocados hacia clientes que busquen una oferta wellness dentro de sus instalaciones”, afirma David Durán, de Saunas Durán.

Hay que tener en cuenta que, a medida que cada vez que más hoteles cuentan ya con instalaciones Wellness, el impacto de la incorporación de instalaciones en hoteles existentes es cada vez menor. Sin embargo, como detalla Alfredo Pérez Sainz de la Maza, de Asetra Balnearios y Spa “en el mercado nuevo es difícil entender, ahora mismo, algún nuevo proyecto que no incorpore spa en su diseño. Ahora la lucha que tenemos los especialistas, es que ese diseño no sea puramente arquitectónico, sino que contemple criterios saludables, y de rentabilidad en su realización”.

Foto: Usspa



Foto: Saunas Durán

Actualmente y ante la demanda de zonas wellness en los establecimientos de nueva construcción, “cada vez son más los que hace años que están en funcionamiento, por lo que si quieren presentar una oferta competitiva tienen muy claro que deben realizar reformas para ofertar este servicios, creando nuevas áreas, si no disponían de ellas, o actualizando las ya existentes”, define Joaquim Pla, de Freixanet Wellness Project. En este sentido, “siempre que se acomete una reforma se plantea la posibilidad de incluir una zona de spa, pero existen muchos factores de los que depende la viabilidad o no del proyecto spa”.

Sin embargo, Marc Badia, de Staff Piscinas, expone que, desde su experiencia, en la rehabilitación de hoteles sugiere que se prioriza la ejecución de piscinas comunes, sobre la construcción de sala de agua.

“Esto lo observamos sobre todo en hoteles urbanos de Barcelona. Las salas de aguas que estudiamos y ejecutamos se proyectan básicamente en hoteles de nueva construcción”.

En definitiva, rehabilitar implica hacer reformas para mejorar las instalaciones, por lo que como especifica Fernando Sanz, de Europea Térmica Eléctrica, para instalar un centro de termalismo se necesitan dos elementos fundamentales, espacio físico y dinero para invertir. “Un vez que se han resuelto estos dos factores lo siguiente es contratar un especialista para que asesore sobre cómo diseñarlo, materiales de construcción y estrategia comercial”.

En su opinión, “nadie debe hacer un centro de termalismo sin haber visitado varios centros que lleven funcionando más de 5 años y que hayan tenido éxito en la clientela y la economía. El sector de construcción está formado por muchas personas y empresas que no tienen la formación necesaria para hacer un centro de termalismo de éxito”.

El mercado, actual y futuro

El wellness es un sector joven que a pesar de sufrir los problemas de la crisis, como en la mayoría de los negocios, sigue expandiéndose y buscando la excelencia en los productos y servicios a ofrecer a unos usuarios muy exigentes. Sin embargo, como destaca Fernando Portoles, gracias a la crisis, la dimensión de los Spas que en el pasado en muchos casos se sobredimensionaron respecto a las necesidades reales del hotel o el nivel



Foto: Grup Staff

de demanda real del Spa en el hotel, se estén ahora estudiando y llevando a cabo de una manera más adecuada y racional, “lo cual desde nuestro punto de vista es muy positivo para el sector porque garantiza la rentabilidad de los Spas y por ende, de la cuenta de explotación del hotel”.

Para Alfredo Pérez Sainz de la Maza la situación que actualmente se está dando, es la de explotación conjunta, donde la empresa especializada, con estructura, personal, y objetivos exclusivos en este sector, garantiza que la atención y el servicio al cliente sea el adecuado, lo que lleva a una involucración realista de las posibilidades de rentabilidad de negocio.

Hay que tener en cuenta que desde el año 2000, hasta el año 2010, “nacieron y desaparecieron muchas empresas que construyeron entre todos unos 700 centros de termalismo que han fracasado por la falta de calidad de los materiales, errores de diseño, gastos de gestión elevados, inversiones disparatadas que nunca se amortizarán...”, analiza Fernando Sanz (Europea Térmica Eléctrica). Que sigue explicando que “en suma los inversores no contrataron profesionales con experiencia. Se fiaban de las fotografías que les enseñaban. Siempre que alguien se dirige a mí para invertir y construir un centro de termalismo le facilito una larga lista de instalaciones que funcionan bien desde hace 20 o 30

años para que las visiten y hablen con el personal y propietario para que tengan una información que les garantice el éxito”.

Por otro lado, Joaquim Pla (Freixanet Wellness Project), expone que, a nivel del inversor, sí que se percibe un cambio, “ya no se invierte tanto en megaproyectos pero sí en reformar, ampliar zonas ya habilitadas o ubicar pequeños centros wellness en espacios más pequeños, ofreciendo servicios de tratamientos corporales complementados con una pequeña zona de aguas, saunas y baños de vapor, fundamentalmente. Respecto al factor competitividad, no hay ningún secreto: calidad y servicio al máximo exponente”.

Por el contrario, Tomás Junquera especifica que, al igual que todos los sectores, las áreas de spa, se han visto afectadas por el gasto de los clientes finales, las inversiones de los propietarios y por el entorno a nivel general. Aunque la cultura del wellnes y el bienestar sigue creciendo, a la hora de priorizar el gasto, las áreas de spa siguen siendo las damnificadas. Con esta misma idea, Marc Badía, aclara que como, es evidente, la construcción de nuevas instalaciones se ha reducido en forma sensible, aunque es de público conocimiento el interés de grupos inversores en la construcción de nuevos hoteles en las principales ciudades del país. “Esperamos que la

tendencia continúe, y se incremente la ejecución de este tipo de obra. En general la capacidad entre las empresas del sector es muy semejante, por lo que la competencia se basará en saber vender la experiencia adquirida”.

Sin embargo, la rapidísima maduración del negocio ha obligado a continuos cambios y ajustes al sector, donde ya se ha asumido, por todo el mundo, que el spa no es una moda, sino un servicio incorporado a los hábitos de la población, y que especialmente en los hoteles se desarrolla como parte esencial de la oferta de los mismos. “Esta situación da garantías de estabilidad, pero al mismo tiempo nos obliga a reinventarnos, lejos del estereotipo del spa, pero sí conservando su magia”, detallan desde Asetra Balnearios y Spa. De igual manera, los hoteles que han construido un centro de termalismo con inversiones razonables, han utilizado materiales que no envejecen, han realizado las instalaciones con equipos muy experimentados y que consumen poca energía y teniendo pocos gastos de personal, han tenido éxito. “Por lo tanto, el futuro de los centros de termalismo en los hoteles está ligado a la calidad global de estos balnearios urbanos, spa, wellness, u otros nombres que la gente quiera aplicar”, detallan desde Europea Térmica Eléctrica.

Así pues, de cara al futuro, “seguirá la tendencia de ofrecer al usuario un mayor número de servicios para disfrutar dentro de los establecimientos hoteleros, además de mayor especialización y conocimiento de las terapias, tanto por parte del usuario como del profesional que atiende estas áreas y por lo tanto, mayor rentabilidad de estos espacios”, resumen desde Saunas Durán, que incluye también la búsqueda de mejoras en cuanto a la fabricación: equipos cada vez más rentables, aplicando en su fabricación todos los avances tecnológicos que supongan un ahorro de energía y con mejores opciones de mantenimiento, además de la fabricación de equipos cada vez más respetuosos con el medio ambiente. Así mismo, desde Grupo Model-Spa, consideran que las perspectivas de futuro del sector del termalismo está en la variedad de servicios a ofrecer, valorando muy mucho el gasto energético

siendo más sostenibles las instalaciones, así como mejorando notablemente la profesionalidad de todos aquellos terapeutas, dando lugar a una mejora de la calidad de los servicios ofertados, y siempre valorando la calidad precio de los mismos. “El paréntesis económico sufrido en los últimos años ha dado lugar a planificar mejor las instalaciones en sus dimensiones así como en su equipamiento y personal por lo que ha hecho que el mercado se vuelva más exigente pero a su vez más rentable”. “La evolución en la construcción de salas de agua la marcarán aquellas instalaciones que sean económicamente más sostenibles en cuanto a los gastos de explotación. Se ejecutarán obras con equipamiento de excelente calidad, valorando más las prestaciones que el precio. En este aspecto los directores de obra de las cadenas hoteleras son muy claros: distinguirse por la calidad”, precisan desde Staff Piscinas.

En conclusión, “en la medida que la confianza de los consumidores mejore



Foto: Prim Spa

podremos encontrar un mejor entorno de consumo e inversión. Las áreas spa no son baratas de acometer y de mantener, y los inversores deben de apoyarse en un clima de consumo adecuado. En

cualquier caso, estamos hablando de algo que le gusta a la mayoría de la gente, por lo que la aceptación de antemano ya la tenemos”, determinan desde Thomas Wellness Group.



STAFF GRUP

Expertos en ocio acuático

Balnearios, grandes superficies acuáticas, piscinas de arena sistema patentado JBS

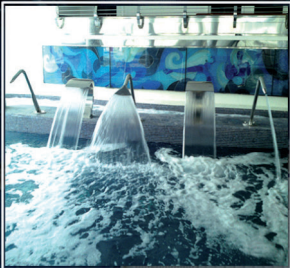
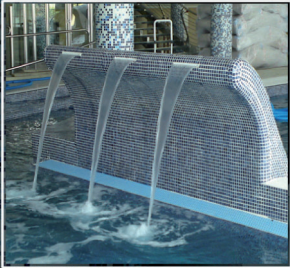
Poligon Industrial Can Torrella
Rda. Shimizu, 8
08233 - Vacarisses
Telf. 93.828.18.30
www.staff.es / staff@staff.es



STAFF GRUP diseña y fabrica equipamiento para instalaciones deportivas: taquillas, bancos, mamparas separadoras...



Camino de sensaciones



Piscinas de arena sistema patentado JBS

