



Foto: Melia Hotels International

Spa y Wellness

La salud entra en el hotel

El turismo de salud y wellness ha evolucionado muy rápidamente en nuestro país para poder contentar al turista que busca algo más que alojamiento, que desea disfrutar y relajarse mientras viaja, disponiendo de tratamientos de belleza y bienestar. Los Centros Spa se han convertido en una forma sana, como pocas, de conocer distintos rincones de España. Sol, mar, luz, deporte, naturaleza... todo ello unido a una oferta que, por su gran variedad y profesionalidad, es única en el mundo. Además, estos centros ofrecen a sus usuarios las más avanzadas instalaciones y los mejores tratamientos de salud y belleza, con el propósito de conseguir una sola idea: mejorar la calidad de vida.

España, gracias a su ventajosa ubicación natural y su oferta cultural, se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos en el mundo, además de ser también uno de los países europeos que cuenta con mayor número de centros de Spa y Wellness. Las características con las que cuenta nuestro país, nos permite disfrutar de un amplio rango de posibilidades para una persona que busca diferentes formas de relajarse o contar con novedosas terapias médicas naturales, donde poder encontrar una extensa gama de tratamientos que van desde la talasoterapia, sesiones basadas en aguas marinas, hasta la ampeloterapia, donde se

utilizan derivados de la uva para mejorar el estado de la persona que va a hospedarse en ellos. Todos estos tratamientos se disponen en un gran abanico de espacios, desde hoteles de lujo, spas emplazados en áreas rurales, en la nieve o incluso dentro de las propias ciudades, que se han diseñado para poder disfrutar de los mejores tratamientos de salud y del cuidado del cuerpo, estimulantes y relajantes, complementados con otras actividades de ocio y deportes como el golf, el tenis o la equitación.

Por otro lado, unido a la palabra spa, que viene del latín “Salute Per l’Acqua”, se le está asociando el anglicismo Wellness, el cual se está escuchando más que nunca en las noticias, publicidad, conversaciones... Pero, ¿realmente qué significa?

El término wellness deriva de las palabras well-being (bienestar), fitness (buena forma física) y happiness (felicidad), y habitualmente se utiliza para definir un equilibrio saludable entre los niveles mental, físico y emocional, obteniendo como resultado un estado de bienestar general.

A diferencia del concepto de “fitness”, que hace referencia al estar y sentirse físicamente bien, el concepto de “wellness” amplía este bienestar a todos los aspectos de la persona, buscando el equilibrio entre los niveles físico, mental y emocional para lograr un estado de bienestar, estado de aceptación o satisfacción con nuestra situación actual.

Actualmente, como hemos comentado, cada vez es más habitual encontrar estas instalaciones dentro de un establecimiento hotelero, ya que aportan beneficios extra tanto para el hotel como para los usuarios.

En el momento en el que un hotelero decide decantarse por incluir estas instalaciones dentro de su establecimiento, “es muy importante definir claramente el tipo de cliente al que va destinado el spa para, de este modo, poder adaptarnos a sus preferencias y satisfacer sus necesidades. Esto implica, por ejemplo, que hagamos un spa más de tratamiento privado o un spa de corte más lúdico. Todas estas características, lógicamente, van ligadas



Foto: Saunas Duran

al tipo de hotel y al resto de servicios que el mismo ofrece”, define Joaquim Pla, Arquitecto y Director Técnico de Freixanet Wellness Projects.

Siguiendo con esta idea, “es importante considerar el tipo de servicio que se desea prestar y el tipo de usuarios de la instalación. Basándonos en esto, el enfoque tanto de distribución del espacio como de los equipos a incluir en el proyecto y los circuitos de wellness quedarán definidos”, especifica Antonio Ortega, Product Manager de Spa en Thomas Wellness Group. Pero, dentro del análisis del servicio que deseamos ofrecer se debe realizar “un Estudio de Rentabilidad y Viabilidad profesional del futuro negocio teniendo en cuenta varios parámetros fundamentales, tales como, por ejemplo, el presupuesto económico

disponible para montar el mismo, las instalaciones parecidas existentes en la zona, la categoría del hotel propio, la población real con la que se puede contar a una cierta distancia máxima, como se quiere vender los diferentes apartados posibles del wellness, etc.”, concreta Javier Méndez, Responsable de Proyectos Wellnes de Usspa.

De igual manera, David Durán, Gerente de Saunas Durán, destaca que lo principal es buscar la máxima rentabilidad de los productos instalados. “Antes de distribuir las zonas wellness, se ha de realizar un estudio del perfil del futuro usuario de las instalaciones para poder ofrecerle aquello que busca. Nos ayudará a conocer los productos que ofrece la competencia según la localidad o zona y todos aquellos que todavía no ofrece. También



Foto: Barceló Hotels & Resorts

AMORTIZACIÓN PARA EL HOTEL

La instalación de este tipo de zonas se ha convertido en un complemento obligatorio en la construcción de nuevos hoteles o en la remodelación de los ya construidos, suponiendo una gran ventaja con respecto a la competencia. 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 comparativa a la hora de escoger, por lo tanto, es obligada.

En cuanto a su rentabilidad, David Durán, Gerente de Saunas Durán, determina que la inversión será rentable siempre que se instalen productos de calidad a través de fabricantes y distribuidores con experiencia en el sector, que le puedan garantizar un uso continuo y constante de su producto, fácil de instalar y de usar, con un servicio post venta garantizado y personal y con los avances tecnológicos en su fabricación que garanticen la fiabilidad en su uso y, por tanto, un bajo consumo energético, convirtiéndolo en un producto rentable.

Así, Joaquim Pla, Arquitecto y Director Técnico de Freixanet Wellness Projects, destaca que un spa puede rentabilizarse de dos maneras. Por un lado, de forma directa, mediante el cobro de entrada o la comercialización de la carta de tratamientos. Y, de manera indirecta, es decir, con la repercusión del ingreso que representa sobre el precio de la habitación. Pero, todo depende del enfoque que se le quiera dar al área wellness ya que se puede plantear como un servicio Premium adicional, sólo para clientes del hotel, como servicio externo para huéspedes y no huéspedes o como un servicio libre sin coste adicional para los clientes. “Sea cual sea la estrategia a seguir, debe crearse un plan de explotación del área wellness y estudiar muy a fondo la política de precios”, describe Antonio Ortega, Product Manager de Spa en Thomas Wellness Group.

En resumen, la amortización para los hoteles es siempre muy rentable cuando el proyecto y la ejecución de las obras e instalaciones sean realizadas por empresas especializadas. En relación a esto, Joaquim Pla, destaca que la rentabilidad del spa estará directamente relacionada al acierto que tengamos en la propuesta con respecto a las necesidades del público objetivo. “Es tan ruinoso un spa excesivamente dimensionado, ya que su coste de amortización y de mantenimiento serán muy elevados; como uno infradimensionado, lo cual puede impedir que la inversión se traduzca en un incremento de la percepción de servicio por parte del cliente y que, por consiguiente, no genere el nivel de negocio esperado”, opina.

También es muy importante que los equipos sean realmente de calidad, fabricados especialmente para este tipo de negocio. Así pues, “la amortización tiene que estar siempre bien estudiada para que sea segura y fiable y que el inversor sepa realmente a qué atenerse desde el principio, sin sorpresas desagradables de difícil arreglo cuando el proyecto está en curso”, analiza Javier Méndez, Responsable de Proyectos Wellnes de Usspa.

Por todo ello, siempre es recomendable que los spas sean diseñados por empresas especialistas en el sector del wellness.

En conclusión, contar con una zona wellnes dentro de un establecimiento hotelero es de gran rentabilidad ya que actualmente y desde hace ya muchos años estas zonas están muy de moda, dado que los usuarios de hoteles o establecimientos similares exigen este tipo de instalación que mezcla todo el conjunto del bienestar que una persona necesita y quiere en nuestros tiempos, tales como relax, hidratación, activación de la circulación sanguínea por medio de contrastes térmicos de frío y calor, tonificación, rehabilitación, nutrición, ejercicio, tratamientos de estética, masajes, etc.

es muy importante distribuir el espacio de manera consecuente para dotar al área spa/wellness, de los metros cuadrados necesarios pero no más, para poder crear un espacio rentable, ajustado al número de usuarios y nivel de uso”.

Otro condicionante clave es el referente a si se está proyectando un spa abierto al público, externo al hotel, o será un spa exclusivo para los clientes del establecimiento. “A partir de aquí, hay múltiples parámetros que pueden

“Esto provoca que los hoteles con spa se hayan posicionado como una de las opciones más importantes para el confort personal...”

intervenir, tales como la tipología del hotel (urbano, montaña, playa, negocios...), la nacionalidad del cliente final, ya que culturalmente están acostumbrados a unos tipos u otros de servicios; o sus aficiones, de tal forma que hay hoteles que adaptan su spa a segmentos específicos como los ciclistas”, continúa explicando Joaquim Pla.

Además de todas estas consideraciones que debe tener un hotel donde se va a instalar un spa, así como tener consciencia de quién van a ser sus usuarios, desde Roca analizan que además, al instalar una zona wellness se ha de calcular el gasto energético y de agua, el espacio del que se dispone, etc. “En cuanto a las zonas de ducha, es importante contar con griferías adaptadas a usos intensivos para, en la misma línea, ser lo más eficiente posible en cuanto a uso de agua y energía”.

En definitiva, como concreta Luis Platón, Socio y Director de Spartner, The Wellnes Consultants, siempre habrá que partir de las preguntas: ¿Cómo puedo mejorar mi



Foto: Roca

LOS DETALLES MARCAN LA DIFERENCIA

Designer Cristiano Mino

SweetSaunaPro

Sauna Finlandesa

Ahorro Energético

Producto Sostenible

Altamente Personalizable

STARPOOL | www.starpool.com/es

STARPOOL

wellness concept

Distribuidor exclusivo:

Thomas Wellness Group
Calle Hermosilla 8, Madrid
T: 91 661 76 07
info@thomas.es
www.thomas.es

Especialistas en diseño y equipamiento de áreas Wellness. Te asesoramos en la creación del concepto de tu spa y la optimización de recursos utilizando siempre el equipamiento más exclusivo y diferenciador.

24 hostelpo

establecimiento? ¿Cómo puedo generar más satisfacción para mis clientes? Y, ¿cómo puedo rentabilizar la inversión?

Su importancia en el hotel

El turismo de salud y wellness ha evolucionado muy rápidamente en nuestro país para poder contentar al turista que busca algo más que alojamiento y desea disfrutar, mientras viaja, de tratamientos de belleza y bienestar. “El cliente de un hotel ya no busca simplemente alojamiento, quiere sentirse más cómodo, como en casa. Un hotel que no cuenta entre sus servicios con este tipo de áreas, 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”, analiza David Durán (Saunas Durán). Además y debido a que, hoy en día la sociedad nos obliga a vivir a una gran velocidad, “esto provoca que los hoteles con spa se hayan posicionado como una de las opciones más importantes para el confort personal. Los spa ofrecen beneficios a sus clientes tanto en mejora física, psíquica como estética, aspectos a los que, en la actualidad, se les da mucha importancia”, destaca Francisco Font Albiol, de F&H Fitness Equipaments. Así pues, “la zona spa es un elemento diferenciador importantísimo en el sector hotelero a día de hoy. Al incluir una zona



Foto: Barceló Hotels & Resorts

wellness en un hotel se está ampliando, de forma muy considerable, su público objetivo”, reafirma Antonio Ortega (Thomas Wellness Group).

Del mismo modo, Javier Méndez (Usspa), concreta que “es aconsejable tener siempre zona spa en los hoteles porque, además de ser un negocio muy rentable, es un producto muy demandado en estos tiempos por los usuarios de hoteles”. De igual manera, desde Roca, aseguran que “un hotel con zona de spa aumentará su categoría y además, es un elemento que

muchos de los usuarios tienen en cuenta cuando escogen un establecimiento”.

Entre las principales ventajas que ofrecen estas instalaciones, Annalisa Castaldi, Responsable de Sales y Marketing de Caroli Health Club, destaca la posibilidad de convertir un espacio sin explotar en un servicio añadido de la más alta calidad sin ningún gasto, así como rentabilizar la zona wellness, incrementar la satisfacción de los huéspedes con un servicio 5* y ayudar a ser más competitivos en el mercado hotelero.

Además, cabe destacar que se trata de una actividad de gran importancia, ya que ofrecen una “fuente más de ingresos. Por un lado, de forma directa a través del cobro de entrada o tratamientos. Y, por el otro, un spa aporta un suplemento de excelencia al establecimiento hotelero. Con lo cual, se puede incrementar el precio de la habitación”, argumenta Joaquim Pla (Freixanet Wellness Projects). En este sentido, desde Roca, exponen que “la ventaja principal que se puede obtener teniendo una zona de spa en el hotel es la rápida amortización de la inversión ya que contribuye a una mayor circulación de usuarios tanto de huéspedes del hotel como de personas que solo van al spa”.

Igualmente, Antonio Ortega (Thomas Wellnes Group), aconseja que si un centro todavía no cuenta con un área wellness es aconsejable “que valore todos los beneficios que le puede aportar

Foto: Thomas Wellness Group. Duchas de reacción y fuente de hielo Starpool



Aumente el rendimiento de sus espacios exteriores



Abrisol, empresa líder en la fabricación de estructuras de aluminio, pone a su disposición toda la experiencia y saber hacer acumulados en más de 30 años de trayectoria. Contacte con nosotros y un miembro de nuestra red comercial, presente en todo el territorio nacional, se pondrá en contacto con ustedes para asesorarles sobre las distintas soluciones que ofrecemos para cubrir sus espacios exteriores y alargar así la temporada de uso, proporcionando un mejor servicio a sus clientes y aumentando su rentabilidad.



ZONAS WELLNESS



GIMNASIOS



RESTAURANTES



PISCINAS CLIMATIZADAS

Telf. 865 776 039 · info@abrisol.net
www.abrisol.net

abrisol



Foto: Saunas Durán

y, sobretudo, que para ofrecer este tipo de servicio a sus clientes no es necesario contar con mucho espacio ya que existen infinidad de posibilidades para integrar este tipo de servicios en su proyecto”.

Sin embargo, en opinión de Luis Platón (Spartner, The Wellnes Consultants) considera que no todos los hoteles deben de tener un Spa. “Depende de muchos factores, como son la categoría, la tipología, la ubicación, la oferta competitiva...”.

Si bien es cierto que las ventajas son evidentes si se hacen bien las cosas: más satisfacción, más reputación y más repetición, Luis Platón, continúa aconsejando que un hotelero no debe tomar una decisión a la ligera, sin efectuar un análisis del mercado, ‘insights’ de sus clientes, la competencia y un plan económico de viabilidad a través de una consultora de wellness.

De igual manera, desde Usspa, aconsejan a los establecimientos que todavía no cuentan con zona Spa que contacten con una empresa especializada en este tipo de proyecto para que les asesoren y aconsejen debidamente sobre el posible futuro negocio. “Es muy importante que la empresa que sea seleccionada para tal menester pueda demostrar su experiencia profesional enseñando instalaciones actuales y antiguas de más de 10 años para comprobar que las mismas se han ejecutado con toda profesionalidad”.

El equipamiento más innovador

Todos los hoteles son diferentes y todos tienen su target de clientes bien

relax. “Esto supone contar con cabinas como la sauna o el baño de vapor, fuentes de hielo, duchas de reacción o piscinas de agua fría y un área donde el ambiente (iluminación, temperatura y sonido) esté controlado y garantice las condiciones propicias para la relajación”, continúa detallando Antonio Ortega.

Sin embargo, a pesar de tratarse de cuestiones que están condicionadas por el tipo de establecimiento hotelero, “normalmente, se recomienda que el spa de un hotel de alta categoría cuente con instalaciones privadas donde el cliente pueda disfrutar del wellness en un entorno íntimo y donde reciba todas aquellas atenciones de forma muy personalizada. En cambio, un hotel de corte más económico o comercial deberá potenciar sus áreas lúdicas, ya que serán un reclamo para llenar las habitaciones”, describe Joaquim Pla, de Freixanet Wellness Projects.

Aun así, desde Caroli Health Club, describen que una zona de aguas mínima debe contar con jacuzzi con chorros, duchas (cromoterpia, aromaterapia, sensaciones, etc), sauna, turco, fuente de hielo, cabinas de masajes/terapia... “Una zona de spa debe estar formada por una zona colectiva donde se realizarán los tratamientos hidrotermales y, por otro lado, zonas individuales con cabinas secas o húmedas, por ejemplo”, aclaran desde Roca.

Del mismo modo, desde Usspa, consideran que el equipamiento aconsejable que debe tener una zona Wellness es el mínimo de instalaciones que permita realizar un circuito termal



Foto: Grupo Model Spa



Foto: Freixanet Wellness Projects

terapéutico, que además de ser profesional sea también entretenido. Así pues, en relación a esto, “los principales productos que los clientes demandan son las láminas de agua (piscinas y spas de hidromasaje) a diferentes temperaturas, las zonas de sudoración (baños turcos, termas romanas y los diferentes tipos de saunas), duchas de contrastes y las zonas de relax con tumbonas calefactoras”. Y, David Durán, de Saunas Durán añade, que debe existir, “zona de aguas con piscinas activas y pasivas, spas y duchas terapéuticas, zona de relajación donde suelen instalarse las saunas de interior, baños de vapor y las tumbonas térmicas, zona de tratamientos: generalmente dedicada a los tratamientos de relajación o cosméticos”.

Igualmente, se están llevando a cabo varias innovaciones para cumplir con las exigencias de los clientes nuevos y los que ya tienen bastante experiencia. “Estas innovaciones varían en función de varios parámetros que se tienen en cuenta, tales como la categoría del hotel, su situación y la procedencia y costumbres de sus clientes. Los valores que siempre prevalecen son los que siempre tienen que ver con la salud, higiene, seguridad y bienestar de las personas”, define Javier Méndez, de Usspa.

Además, un punto muy importante que están llevando a cabo los fabricantes y distribuidores es “fabricar y vender productos cada vez más respetuosos con el medio ambiente y realizar equipos cada vez más rentables, aplicando en su

Foto: Usspa Hispania



desarrollo todos los avances tecnológicos que supongan un ahorro de energía y con mejores opciones de mantenimiento”, analiza David Durán.

Por el contrario, Joaquim Pla, describe que a pesar de no parecerlo, éste no es un sector de constantes innovaciones de fondo, ya que todos los tratamientos están basados o bien en el tratamiento terapéutico manual o bien en las combinaciones frío/calor. “Todo gira en torno a terapias con cientos de años de historia y que aparecen en todas las culturas. En lo que sí que hay innovaciones es en cómo se presentan dichos tratamientos o terapias (diseños, tecnología, materiales, etc.). Por mencionar un ejemplo, las cabinas de

sal cada vez tienen mayor demanda, dado que se trata de un equipamiento con efectos saludables demostrados y, además, presentan una estética muy atractiva para cualquier spa”, exponen desde Freixanet Wellness Projects.

Normas sanitarias

Todos los servicios instalados dentro de un centro spa “deben someterse a un mantenimiento periódico y es conveniente contar con personal dedicado a este servicio”, detallan desde Saunas Durán. Sin embargo, no existen leyes o normas específicas de los spas como sí sucede en otros países. “Por lo tanto, nosotros estamos obligados a cumplir las NTE derivadas de la construcción, así como el Real Decreto sobre Legionela que previene y define cómo debe controlarse la instalación para prever todo tipo de infección bacteriológica”, analizan desde Freixanet Wellness Projctos.

Aparte de ello, desde Thomas Wellness Group, indican que en las áreas húmedas, es fundamental utilizar los materiales apropiados para evitar la proliferación de hongos, contar con suelos antideslizantes para evitar accidentes y asegurarse de que los materiales empleados son resistentes, tanto a las condiciones de temperatura y humedad como a los productos de limpieza que deben emplearse.

Así pues, es muy importante tener en cuenta el tipo de materiales y superficies

TIPOS DE SPA

A pesar de que todavía exista la tradición errónea de englobarlos a todos bajo el mismo término, únicamente deben calificarse como spa aquellos cuyo elemento principal de trabajo es el agua. Dentro de estos centros, podemos clasificarlos, dependiendo de sus instalaciones:

SPA Urbano: se tratan de centros situados en zonas urbanas, por lo que, normalmente, no ofrecen alojamiento. Actualmente reciben una gran afluencia de público, gracias a su común oferta de circuitos termales. Estos recorridos permiten la auto-aplicación de diversas técnicas termales, dirigidas por auxiliares o elegidas libremente, de forma individual o colectiva y siguiendo un itinerario trazado. El tiempo necesario para completar los circuitos termales suele oscilar entre una y tres horas, siendo lo más común una hora y media de duración. Los clientes acuden a los Spas Urbanos al terminar su jornada laboral o bien durante el fin de semana. Los Spas urbanos suelen utilizarse como tratamientos rápidos de relajación y antiestrés. En algunos lugares también se les conoce como Spa de Día o Spa Diurno.

SPA Destino: son los centros que, dentro de su oferta en tratamientos, incluyen la posibilidad de alojarse en el mismo. Así, además de las técnicas hidrotermales individuales y colectivas que se pueden practicar (que normalmente suelen ser superiores en diversidad y en espacios, en relación a las que ofrecen los Spas Urbanos) también pone a disposición de sus clientes un amplio abanico de restaurantes, con dietas saludables, y otros servicios como equipos de animación infantil, clases de ejercicios acuáticos, rutas de senderismo, golf y otras actividades al aire libre.

SPA Fitness: son los que se encuentran situados en gimnasios, habitualmente, como una oferta complementaria al deporte en sí, aportando así, un servicio añadido al cliente del centro. Su oferta de técnicas hidrotermales o de otro tipo resulta bastante inferior a la de los centros antes descritos. Es imprescindible tener en cuenta que, en estas situaciones, la actividad Spa nunca es la primera opción del centro, sino una acción complementaria más. Por ello, en estos espacios suelen predominar las técnicas colectivas sobre las individuales y, en muchos casos, algunas de estas técnicas se incluyen a sus clientes sin cargos adicionales.

SPA Hotel: son espacios de pequeño tamaño que complementan la oferta de actividades de grandes hoteles, ya sean urbanos o vacacionales. Su único fin es dar un servicio adicional al cliente alojado en el hotel. Dado su ubicación en el establecimiento, el Spa hotel es ideal para estancias y tratamientos más largos; semanales o mensuales que incluyan tratamientos de salud, de relajación o de belleza que sean más prolongados en el tiempo.

SPA Terapéutico: de esta manera se denomina a aquellos centros cuyos motivos de visita son principalmente curativos, complementando su oferta de terapias, que es la principal, con técnicas hidrotermales de belleza. Bajo estos preceptos, requieren, obviamente, de la presencia de un equipo médico que prescriba las terapias y supervise su aplicación. Hasta ahora, este tipo de atenciones solían estar reservadas a los centros balnearios y talaso, pero actualmente, cada vez es más frecuente encontrar Spas Terapéuticos, bien especializados en una determinada patología (como los centros de adelgazamiento o los centros de rehabilitación) o bien multidisciplinarios. Dentro de estos centros podemos distinguir también entre:

- **SPA Terapéutico-Médico:** ofrecen una o varias disciplinas médicas que complementan la oferta de bienestar y belleza propia de los otros centros Spa.

- **SPA Terapéutico-Fisio:** brindan la posibilidad de practicar técnicas fisioterápicas complementarias.

SPA Holístico: el Spa Holístico trata fundamentalmente de restablecer el equilibrio entre el espíritu, el cuerpo y la mente de los huéspedes, para lo cual suelen utilizar diversas técnicas generalmente de origen oriental.

Foto: Melia Hotels International



que se instalan puesto que, por ejemplo, las superficies lisas son mucho más fáciles de limpiar y evitan que la suciedad se acumule. “También son vitales la climatización y los sistemas de ventilación dentro de las cabinas para asegurar una correcta renovación del aire”, finalizan.

El futuro

Tras casi una década de turbulencias en la economía mundial, que han dejado su huella también en el ámbito hotelero, las perspectivas de futuro del sector del wellness/spa se perciben esperanzadoras. “La travesía del desierto de estos años ha facilitado que, en términos generales, la oferta y la demanda encajasen mejor gracias a unas gamas más básicas, más contenidas en lo esencial, exentas de funcionalidades superfluas, con una clara apuesta por la portabilidad y, en definitiva, por unos costes de mantenimiento comedidos”, exponen desde Roca.

Afortunadamente cada día somos más conscientes de la importancia del cuidado personal. Todos los equipos y tratamientos que utilizamos para conseguir el bienestar van a mejorar nuestra calidad de vida.

Gracias a ello, el futuro se dirige hacia un mejor encaje de las necesidades reales de los clientes de los hoteles con las necesidades que debe cumplir el spa. Y,

“al igual que hoy en día disponemos de diversas tipologías de centros hoteleros, independientemente de su categoría en estrellas, nos encontraremos cada vez más con spas especializados en ofrecer aquel tipo de servicio que el cliente reclame, adaptándose a los estilos de vida del público objetivo”, analiza Joaquim Pla (Freixanet Wellness Projects).

Además, tal y como destaca Luis Platón (Spartner, The wellness Consultants), se ha pasado del Spa lúdico/ocio al Spa salud. “Esto implica tratamientos personalizados a las necesidades de cada persona. La alimentación, el coach personal de salud y la integración de las experiencias spa/wellness dentro de todo el hotel”.

En resumidas cuentas, se trata de un sector claramente en alza. “Los hoteles buscan diferenciarse debido al alto nivel de competencia y gran información que poseen los clientes. Por tanto, se está apostando por áreas y servicios adicionales que conviertan la estancia en una experiencia confortable y única”, describe Antonio Ortega (Thomas Wellness Group). Que continúa explicando que actualmente se está trabajando con multitud de proyectos de hoteles que buscan crear o renovar su zona wellness. “Algunos de ellos también están comenzando a introducir cabinas en las habitaciones más exclusivas para convertirlas en Suites Spa”.

Por lo tanto, se prevé un futuro prometedor, ya que como indica David

Foto: Thomas Wellnes Group



Foto: Saunas Durán

Durán, “la sociedad avanza hacia una mayor concienciación del estado del bienestar y gracias también a una nueva generación más sensible y mejor informada sobre los beneficios de este tipo de tratamiento”. De igual manera, opina Antonio Ortega, “la sociedad se está concienciando de la importancia de llevar un estilo de vida saludable por lo que, todos aquellos servicios que nos den la posibilidad de seguir cuidándonos cuando viajamos, ya sea por trabajo o por ocio, serán bienvenidos y demandados por los clientes”. Mientras, en el corto plazo, desde Roca afirman que la apuesta segura será, otra vez, las marcas de confianza con gamas bien estructuradas y aderezadas con un servicio post-venta eficaz, capaz de dar respuesta en todo el territorio de forma ágil.

Desde otro punto de vista, Javier Méndez (Usspa), augura que en un futuro próximo

toda instalación pública relacionada con el Turismo de salud, belleza y bienestar de las personas deberá tener una zona wellness profesional terapéutica actualizada si quiere cumplir con las exigencias del futuro cliente. “Para una mayor y rápida rentabilidad, las zonas wellness, además de todo lo comentado, deben de tener también su apartado mágico que permita a los usuarios trasladarse a un bienestar total por medio de sensaciones que solo se pueden experimentar en este tipo de instalaciones”.

En definitiva, “el turismo del bienestar cada vez toma más peso, hasta el punto que mucha gente condiciona sus viajes a instalaciones que incorporen experiencias relacionadas con el bienestar”, determina Joaquim Pla.

Foto: Usspa Hispania

