

CARGADOS DE ESPIRITUALIDAD



Empresarios turísticos centroamericanos empiezan a explorar el mercado de turismo de bienestar, algunos a pasos acelerados y otros con esfuerzos puntuales que necesitan más apoyo de los gobiernos.

POR THELMA LÓPEZ



Además de visitar los parques nacionales y las reservas arqueológicas, los huéspedes que llegan al Hotel Camino Real Tikal, ubicado en Petén, Guatemala, pueden tomar un baño de vapor, denominado 'temazcal', un ritual de purificación cuyo origen proviene del mundo prehispánico. Esta actividad es una de las tantas que Centroamérica y República Dominicana (CARD) han desarrollado con la finalidad de atraer más viajeros al llamado turismo wellness o de bienestar.

A nivel mundial, la actividad económica alrededor de este subnicho de mercado representó ingresos por 4,200 millones de dólares (MDD) en 2017, lo que significa 5.3% del PIB mundial, de acuerdo con cifras del Global Wellness Institute (GWI).

De regreso a Latinoamérica, CARD puede dividirse en dos realidades: por un lado, están países como Costa Rica y Guatemala, que ya empiezan a trabajar en pos de explotar este nuevo negocio turístico y, por el otro, Panamá, El Salvador, Honduras y República Dominicana, quienes todavía no tienen esfuerzos organizados y en donde es el sector privado, con iniciativas puntuales, el que empieza a incursionar en este mercado.

EL GURÚ DEL BIENESTAR

Costa Rica lidera el mercado wellness centroamericano. En 2017 reportó 999,000 visitantes en búsqueda de servicios de bienestar, cuyo gasto acumulado fue de 1,350 MDD, seguido de Panamá, con 285,000 visitantes e ingresos por 350.6 MDD, y de Guatemala, con 798,000 visitantes e ingresos por 340.5 MDD, según indica el GWI.

Al respecto, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) está implementando un plan de cuatro

pilares: capacitación, normativa, sensibilización y, en una última etapa, promoción, explica Melissa Tencio, encargada de turismo de bienestar de esa institución.

El GWI calcula que los viajes por bienestar al país centroamericano crecieron 29% en 2017, mientras que el ICT estima que 45% de todos los turistas que llegan al país consumen algún servicio de esta naturaleza.

Segmentos como las terapias forestales (tratamientos alternativos realizados en el bosque), el termalismo (que usa las aguas termales para tratar enfermedades físicas o mentales), y la alimentación saludable son los enfoques costarricenses para continuar esa línea de crecimiento, acompañados de campañas de posicionamiento del país en este mercado, como el programa Wellness Pura Vida, que pretende aprovechar los recursos turísticos y ambientales disponibles, el potencial del destino y su imagen sostenible, los cuales se están presentando en ferias internacionales de turismo como Termatalia que se realiza en Euroasia y en toda América.

El país debería explotar que en Nicoya, Guanacaste, cuenta con una de las cinco Zonas Azules del mundo (lugares donde las personas son más longevas, superando los 100 años de edad), lo que podría generar un afluente de turistas que buscan productos y tratamientos anti-aging (contra el envejecimiento). Esto, junto con una estructura hotelera fuerte, se complementa perfectamente a las expectativas del turista que busca bienestar en su viaje, dice Esteban Andrejuk, empresario y experto en medicina natural y *health coach*.

Como beneficio adicional, la cadena de comercialización del turismo wellness podría ser más rentable que la del turismo médico en ese país, ya que permite el

encadenamiento con otras actividades de aventura, afirma Tencio del ICT. En este sentido, hay que tomar en cuenta que los turistas de bienestar gastan en promedio 130% más que el turista promedio global, estima el GWI.

EN LA FALDA DE LOS VOLCANES

La nación chapina experimentó un crecimiento de 14% en turismo de bienestar, de acuerdo con datos de la Asociación de Exportadores de Guatemala (Agexport).

Uno de los logros más importantes ha sido visibilizar el segmento dentro de la política pública. De hecho, la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de la Agexport está trabajando en desarrollar capacidades con touroperadores que ofrecen servicios turísticos convencionales, pero que no están enfocados en el segmento wellness, afirma Victor Urbina, director de dicha Comisión.

En segundo lugar, se trabaja en planes estratégicos para posicionarse como destino, mediante un análisis interno para definir niveles de capacitación, estándares y certificaciones necesarias.

La actividad volcánica que tiene Guatemala hace que los servicios centrados en aguas termales sean

una oportunidad que podría potencializarse dentro de una oferta de spa, indica Urbina. Pero también piensa en explotar su posicionamiento como destino cultural: “La mezcla de nuestra herencia maya con servicios wellness puede diferenciarnos en Centroamérica. Rituales mayas con sesiones de yoga, spa con insumos autóctonos de nuestro país, como cacao y café, baños de vapor con senderismo en los volcanes, podemos crear circuitos de turismo que resulten en mayores ingresos”, señala.

Dado que la estrategia apenas está comenzando, áreas como Xela, Quetzaltenango y Lago de Atitlán, todavía no cuentan con una oferta de servicios sofisticada.

OFERTA SIN ESTRUCTURA

En el resto de Centroamérica y República Dominicana, no existen iniciativas articuladas para dinamizar el turismo wellness. FORBES contactó a las autoridades de turismo de Panamá, Honduras, El Salvador y República Dominicana, pero ninguno brindó estadísticas o políticas claras de este nicho. En todos los casos, el sector privado lleva la delantera con esfuerzos de mayor o menor intensidad.

En tierras canaleras, el sector se

encuentra desagregado y trabaja de manera aislada, afirma Laurent Dupont, experto mundial en spa y termalismo, y también empresario turístico: “Todavía no existe esta política pública o estrategia. Hay una voluntad de la ATP [Autoridad de Turismo local del Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano] y de profesionales del sector turístico para aprovechar el potencial del país; sin embargo, hay un enfoque más fuerte en otros temas como el turismo de playa, de negocio y en el Canal de Panamá. El wellness debe encontrar su lugar dentro de ellos”.

Para el empresario, el gran reto es contar con mayor apoyo gubernamental, porque 90% de los esfuerzos proviene del sector privado. “[Se debe] aprovechar la promoción de los servicios turísticos convencionales. Para eso también debemos explicar lo que es el wellness a nuestros hoteleros, touroperadores y emprendedores”.

El Salvador y Honduras enfrentan una situación similar. En el caso de estos países, los datos con respecto a turismo de bienestar son inexistentes y las estrategias se centran en atraer al turista de playa y cultural. De acuerdo con



SERVICIOS QUE BUSCAN LOS VIAJEROS

Proyecciones de sectores de wellness con mayor crecimiento en el mundo



WELLNESS INMOBILIARIO
2017: 134,300 MDD*
2022: 197,400 MDD*
Porcentaje de crecimiento
2017- 2022: 8%



WELLNESS CORPORATIVO
2017: 47,500 MDD*
2022: 65,600 MDD*
Porcentaje de crecimiento
2017- 2022: 6.7%



TURISMO WELLNESS
2017: 639,400 MDD*
2022: 919,400 MDD*
Porcentaje de crecimiento
2017- 2022: 7.5%



SPA
2017: 93,600 MDD*
2022: 127,600 MDD*
Porcentaje de crecimiento
2017- 2022: 6.4%



AGUAS TERMALES
2017: 56,200 MDD*
2022: 77,100 MDD*
Porcentaje de crecimiento
2017- 2022: 6.5%

*Tamaño de mercado | Fuente: Global Wellness Institute



ambas autoridades de turismo, las prioridades están en mantener el ritmo de crecimiento y potenciar nuevos destinos domésticos.

EL GIGANTE DORMIDO

Nicaragua es el caso atípico de la región. El país tiene todas las condiciones para dar el salto hacia el turismo wellness. En los últimos cinco años tuvo un incremento en la llegada de turistas con mayor poder adquisitivo, gracias a nuevos resorts de lujo como Aqua Resort y Mukul Playa Guacalito, que han migrado de servicios básicos de yoga o spa a retiros estructurados, dice Octavio Guerrero, director de Simedia, compañía de asesoría y mercadeo turístico.

Hace tres años, su empresa aprovechó esta circunstancia para crear circuitos turísticos de dos o tres días, que incluían servicios de yoga y meditación.

Estos esfuerzos evidencian que el país tiene el mayor potencial para crecer en la región, afirma Beth McGroarty, vicepresidenta de Investigación Global del GWI. Su infraestructura de lujo cuenta con hoteles que ya ofrecen los servicios, pero necesitan capacitación. Los diferentes escenarios de naturaleza y

EXPERIENCIA ÚNICA. Los turistas wellness en todo el mundo buscan experiencias cercanas con la naturaleza sin sentir que están invadiendo las zonas que visitan.

cultura, además del carácter rústico de su oferta turística, podrían ubicar a la nación pinolera en el liderazgo regional.

Sin embargo, en 2018, la crisis política colocó en ascuas al sector, al grado que la Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (Canatur) afirmó que 80% de los hoteles de esa nación cerraron con motivo de la crisis.

Los esfuerzos del sector para desarrollar servicios de bienestar también se vieron afectados, pero no se han detenido. Un ejemplo de ellos es Habitarte, un hotel de lujo ubicado en el Pacífico nicaragüense, que ofrece paquetes de desintoxicación y senderos de trascendentalidad (caminatas con espacios de mindfulness), una oferta especializada que incluye entre otras cosas meditaciones y programas nutricionales.

De acuerdo con Sonia Cruz de Baltodano, propietaria del recinto antes mencionado, el segmento de turismo de bienestar ofrece una alternativa para seguir a flote y podría explotarse incluso a nivel doméstico, ya que apela también al turista local.

Eso sí, aduce, es necesario desarrollar servicios personalizados

OFERTA DE BIENESTAR



DREAMS PLAYA BONITA RESORT & SPA – BEACH RESORT

PANAMÁ, CIUDAD DE PANAMÁ

Ubicado en Playa Bonita, a minutos de Ciudad de Panamá, es un resort de lujo en donde el turista puede optar por baños turcos y espacios de meditación que se complementan con práctica de yoga y deportes.

THE RETREAT

COSTA RICA, ATENAS, ALAJUELA

Un espacio exclusivo para actividades de wellness que varían desde experiencias de rejuvenecimiento hasta retiros de desintoxicación con un plan creado por la fundadora del centro.

HABITARTE

NICARAGUA, EL CRUCERO, MANAGUA

Inmerso en el denso bosque nuboso, su servicio estrella es el senderismo por tres tipos de escenarios combinado con meditación y profundas experiencias de trascendentalidad.

BALANCÉ YOGA & SURF RETREAT

EL SALVADOR, EL TUNCO, SAN SALVADOR

Es un hotel y estudio que ofrece, entre otras cosas, retiros de surf y yoga. Ubicado en Playa Tunco, tiene vista al mar y una filosofía que mezcla la fuerza física con el mindfulness.

HACIENDA SAN LUCAS

HONDURAS, COPÁN

Cerca de Copán, es el escenario de retiros de yoga y limpieza espiritual, además de ceremonias de fuego maya y aguas termales.

SANTA TERESITA HOTEL & SPA TERMAL

GUATEMALA, AMATITLÁN

Spa de aguas termales que tiene entre sus servicios una terapia de circuito termal con saunas de vapor, combinados con algunos tratamientos corporales e hidroterapia.

AMANERA

REPÚBLICA DOMINICANA, SAN JUAN

Cuenta con una experiencia holística llamada "Surf + Sun" (surf y sol), que incorpora tratamientos de energía (con uso del palo santo y piedras energéticas), yoga y meditación. También incluye paseos lunares.

para el turista que está buscando este tipo de producto, “algo que pueda trascender y sean más que unas simples vacaciones”.

De este mismo modo, Aqua Resort se ha centrado en crear una experiencia de bienestar para sopesar la crisis política. Taylor Maready, gerente general del hotel, afirma que están esperando un 2019 con un crecimiento en la llegada de turistas con respecto al año anterior, la mayoría enfocada en servicios de wellness. El aumento esperado es hasta 35% en la ocupación este año.

BIENESTAR EN LA ISLA

Para República Dominicana, el trabajo que queda por delante es mucho. Al igual que Nicaragua, son

los grandes resorts fuera de Santo Domingo los que están explotando el segmento, pero de manera reducida, explica Eva de Ángel, directora de spa de la cadena Paradisus Meliá Internacional, y consultora en el tema.

La oferta de spa se concentra en Punta Cana y Bavaro, sectores de alto volumen de turistas, pero hay oportunidades perdidas, como la posibilidad de desarrollar un segmento de spa verde, que explote los recursos naturales de la zona.

“Hay poca capacitación y poca oferta de servicios, la oportunidad está en combinar las ventajas del país para que el turista encuentre aquí algo que no encuentra en otros destinos líderes de wellness, como Estados Unidos”, detalla De Ángel.

NUEVOS VIAJEROS

A pesar de sus diferencias, todos los países de CARD coinciden en apuntar al mismo perfil de viajero: estadounidenses y canadienses en primera instancia, y luego europeos, que conocen de la región por sus bellezas naturales.

La combinación de los aspectos convencionales con nuevos servicios de bienestar son la clave para el despegue del Istmo como jugador de bienestar, asevera McGroarty, del GWI: “El turista wellness quiere naturaleza con una sensación de felicidad, se trata de armonizar la oferta más tradicional con servicios innovadores”.

Esto y apuntar a nuevos nichos, como familias, mujeres que viajan solas y jóvenes enfocados en valores sostenibles, que son quienes están optando por turismo de bienestar: “Este tipo de personas buscan lo que llamamos viajes trascendentales, un modelo que brinda no sólo una experiencia, sino una experiencia que transforma su vida y su estado mental”, explica McGroarty.

TURISTAS FELICES, EMPRESAS TAMBIÉN

Ingresos de turismo de bienestar, según industria o nicho, a nivel global en 2017

- Hoteles, moteles, resorts, campos: **130,500 MDD**
- Restaurantes, bares, tiendas de snacks: **111,500 MDD**
- Transporte interno: **109,000 MDD**
- Souvenirs, gift shops, ropa, arte: **98,300 MDD**
- Museos, tours, teatros, spa: **99,700 MDD**
- Otros servicios (telecomunicaciones, seguros, agencias de viajes): **89,500 MDD**

Fuente: Global Wellness Institute

Entre los nichos que podría explorar CARD están la alimentación saludable, medicina alternativa, el wellness inmobiliario (desarrollo de comunidades que potencian el bienestar de sus residentes) y el wellness mental (que se concentra en manejo del estrés).

Tanto empresarios como expertos alegan que, para lograr este posicionamiento, el liderazgo debe venir de las instituciones que acompañen la inversión privada.

Daniel Roibal, consultor y coach en wellness corporativo, argumenta que es necesario que el sector público sea capaz de crear los planes regionales que permitan incorporar identidad, gastronomía y aspectos autóctonos. “No es importante que un resort ofrezca terapias wellness, sino que cada centro turístico se adapte a la zona e incluso incorpore proyectos de Responsabilidad Social Empresarial [RSE], de lo contrario, el cliente entiende que está siendo un colonizador, el turista debe ir a un lugar no sólo para disfrutar, sino para cuidar y aprender”.

Los pioneros del wellness son aún pocos, afirman los mismos empresarios, pero quienes se han lanzado hacia ese nicho han probado el potencial: “Es cuestión de capacitación y de ganas de ver más allá de playa y naturaleza, de visualizar un servicio que esté presente en todo lo que haces, esa es la oportunidad de Centroamérica”, finaliza McGroarty. **F**

MÁS QUE UN SIMPLE MASAJE



Visitas e ingresos por turismo wellness en Centroamérica en 2017, por número de llegadas y en millones de dólares.

COSTA RICA

VISITAS 999 | INGRESOS: 1,350.0

PANAMÁ

VISITAS: 285 | INGRESOS: 350.6

GUATEMALA

VISITAS: 798.3 | INGRESOS: 340.2

HONDURAS

VISITAS: 844 | INGRESOS: 318.5

NICARAGUA

VISITAS: 412.9 | INGRESOS: 213.3

EL SALVADOR

VISITAS: 239 | INGRESOS: 154.8

REPÚBLICA DOMINICANA

ND

Notas: Las estadísticas incluyen viajes primarios y secundarios, internacionales y domésticos. Los estimados se basan en datos de Euromonitor Internacional.

Fuente: Global Wellness Institute