

# Spa & Wellness ) méxico

Para Entusiastas De Spa Y Bienestar Y Profesionales De La Industria

For Spa & Wellness Enthusiasts And Industry Professionals Alike [www.spawellnessmexico.com](http://www.spawellnessmexico.com)

Cuidado De La Piel  
De Hombres

Una Década de  
Bienestar - Cumbre  
Global De Bienestar

Men's Skincare

A Decade Of Wellness -  
Global Wellness Summit

Verano 2016 Vol 22



Un calentador de toallas en el que puedes confiar

Earthlite® consultó a expertos en spas para terapeutas y personal de spas al desarrollar el nuevo Earthlite® UV Hot Towel Cabinet. Disponible en tres prácticos tamaños, con un diseño elegante y compacto. Es altamente confiable y cuenta con certificación UL.



Large



128 Toallas Faciales

Standard



72 Toallas Faciales

**NUEVO**

Mini



24 Toallas Faciales

001 (760) 599-1112 • earthlite.com • info@earthlite.com

ESSEX™  
ANYTHING BUT ORDINARY



LIVING EARTH  
CRAFTS.

ESSEX™ ofrece un estilo perdurable y sofisticado, con un sistema motorizado y lujosos acabados a mano. La fina de hidroterapia utiliza el sistema pipeless Sanijet®. ESSEX es hoy por hoy el sillón de pedicura más fino en el mercado.

*¡Enhorabuena a nuestros nuevos clientes!*

Rosewood San Miguel de Allende • Blue Diamond Riviera Maya • Hyatt Ziva Puerto Vallarta • Hotel Villa María • St Regis Mexico City

American Spa-Professional's Choice Awards



Favorite Company for Manufacturer Support



Favorite Pedicure Furniture Manufacturer

livingearthcrafts.com  
info@livingearthcrafts.com  
001(760)597-2155



DESEO SER CONTACTADO

# salt of the earth<sup>®</sup>

México

*"El arte de crear experiencias"*

Descubre Salt of the Earth, exclusiva línea de productos líder en la industria Spa, la cual te permitirá personalizar tratamientos justo ante los ojos del huésped. Un viaje a través de los sentidos que tus clientes recordarán una y otra vez.



100% Ingredientes Naturales

Personalizado

Exclusivo



## World Brand Presence



México



Estados Unidos



Inglaterra



Italia



Dubai



Australia

## Rentabilidad

*"We have brought in \$45,000 in revenue from our Blend Bar in the first 10 months"*

- Gary Virden – Spa Director Ritz Carlton, Amelia Island



VER VIDEOS ▶

DESEO SER CONTACTADO

Móvil: +52 55 1798 4330 | E-mail: [vnlara@hannalaroch.mx](mailto:vnlara@hannalaroch.mx)

Distribuidor Exclusivo

1



2

# DESIGN FOR LEISURE

## SPA DESIGN CONSULTANCY AND CONSTRUCTION

**A unique company offering specialist spa design and consultancy coupled with the creation of some of the most exciting hydrothermal bathing experiences in the world.**

**D**esign for Leisure, together with selected and appropriate partners to suit the specific project, will collaborate with the client and their professional team to produce a design concept that is unique and fulfills the objective of the owner and spa operator to create a beneficial and authentic spa experience for their guests. Commercially astute, the team will develop a facility to suit the budget and available real estate to ensure a successful and profitable spa is created every time.

The concept is the individual philosophy from which everything else flows and develops. It is the synergy between the location, culture, product and people that guides and defines each further stage in the developmental process of the spa and the wet area 'journey' for guests.

This philosophy will be at the "leading edge" of the rapidly evolving spa industry, drawing on the team's knowledge of the global spa market and experience gained from working on some of the most prestigious and successful projects in the world.

Our services include, but are not limited to:

- Concept Designs
- Space Planning to detailed design stage
- Wet Spa Area Design
- Business Planning
- Architectural Services
- Interior Design and Theming
- Spa Program Creation
- Treatment Menus
- Construction Supervision, Final Inspections and Defects Liability Schedules

3



In a world where brands have increasingly important profile, we are frequently commissioned to write performance specifications and prepare corporate 'wet spa standards' ensuring brand association and loyalty will never be compromised as guests become ever more adventurous in their travel habits, with the added benefit of enabling ease of staff mobility and clear, concise and globally effective operating standards.

**For more information visit:**  
[www.designforleisure.com](http://www.designforleisure.com)

## Publishing Company

Araspa Group S de RL de CV

## Editor in Chief

Sara Jones

## Associated Editors

Sandra Berry

## Contributors

Kristin Satore

## Translation

Melissa Carmona Gaviria

Lilia Sabino

## Print Design:

Araspa Group S de RL de CV

## Presentar un artículo o solicitar la cobertura de productos:

### Submit an article or request product coverage:

info@spawellnessmexico.com

## Presentar noticias para la industria del spa:

### Submit news for spa industry:

info@spawellnessmexico.com

## Para anunciar con nosotros contacto:

### To advertise with us contact:

info@spawellnessmexico.com

## Cover Image:

Grand Solmar Land's End Resort & Spa, Los Cabos

## www.spawellnessmexico.com

©2016 Araspa Group S de RL de CV

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida sin el consentimiento escrito de *Spa Wellness Mexico*

©2016 Araspa Group S de RL de CV

All rights reserved. No part of this periodical may be reproduced without the written consent of *Spa & Wellness Mexico*

www.spawellnessmexico.com



# Carta Editorial

## Editor's Letter

Mientras que el calor incrementa por todo México y se intensifica la humedad aquí en la Riviera Maya, no puedo creer que ya casi sea verano otra vez. Pero aquí estamos, y otro Día Mundial del Bienestar 'Global Wellness Day' fue celebrado satisfactoriamente a lo largo de México y en más de 100 países en el mundo. Este es un real testimonio de lo que se puede lograr en tan solo 4 cortos años desde su comienzo en el 2012.

En esta edición, cubrimos los problemas del cuidado de la piel de los hombres y como atenderlos en su spa; este sector del mercado que crece rápidamente no debe ser considerado un ciudadano de segunda clase en cuanto a spa y bienestar se refiere.

Una entrevista con Susie Ellis del Global Wellness Institute, Franz Linser y Susan Harmsworth (copresidentes del Global Wellness Summit) enfatiza lo que se ha logrado y los retos que se avecinan mientras avanzamos a la 10ma reunión cumbre que se llevará acabo en Austria a finales de este año.

Los experiencias de spa de este edición incluye Los Cabos, Ciudad de México y Riviera Maya, con una artículo especial en el fabuloso Piso Nupcial de Naay Spa, El Dorado Casitas Royale.

¡Disfruta!

## Editor's letter

As the heat rises across Mexico and the humidity intensifies here in the Riviera Maya, I can't quite believe it's almost summer again. But here we are, and another Global Wellness Day was successfully celebrated across Mexico and in over 100 countries around the world. This is a true testament to what can be accomplished in just 4 short years since its inception in 2012.

In this issue we cover the issues of men's skincare and how to cater to men in your spa; this fast growing market sector should not be a second-class citizen when it comes to spa and wellness. An interview with Susie Ellis of the Global Wellness Institute, Franz Linser and Susan Harmsworth (Co-Chairs of the Global Wellness Summit) highlights what has been achieved and what we challenges are to come as we head toward the 10th Summit held in Austria later this year.

Spa experiences this issue cover Los Cabos, Mexico City and Riviera Maya, with a special feature on the stunning Bridal Floor at Naay Spa, El Dorado Casitas Royale.

Enjoy!

*Sara Jones*

*Editor*

sara@spawellnessmexico.com

Escanee el Código QR con su smartphone para suscribir.

Scan this QR Code with your smartphone to subscribe.



# LÍDER MUNDIAL EN EQUIPO PREMIUM DE CARDIO



## TRUE

CALIDAD • ELEGANCIA • TECNOLOGÍA

- ✓ LAS MEJORES GARANTÍAS
- ✓ TOMA DE EQUIPO A CUENTA
- ✓ ATRACTIVOS PLANES DE ARRENDAMIENTO

ventas@windsorfitness.com.mx

www.windsorfitness.mx

01 800 8 90 72 08

## ZIVA ZONE

## ZIVA



# PONTE A LA VANGUARDIA CON LA NUEVA TENDENCIA

## DEL FITNESS

### PARA HOTELES

www.zivalat.com  
01 800 8 90 76 90  
ventas@zivalat.com



8



50



58

## Contenido



16

### Presenta

- 8. Crear Una Cultura De Spa Incluyente Con Los Hombres
- 16. Una Década de Bienestar
- 28. Innovaciones En El Diseño De Los Equipos Del Spa
- 32. Dejando Atrás La Edad De Piedra
- 44. Seleccionar La Ropa De Cama Para Tu Spa Y Hotel
- 56. Global Wellness Day

### Lanzamiento y Noticias

- 38. Hela Spa, Santa Fe

### Productos

- 14. Cuidado de la Piel Para Hombres
- 24. Selección Del Editor
- 34. Aceites Para la Piel
- 40. Jabones
- 48. Los Mejores Productos: Sueros

### Una Experiencia de Spa

- 50. Memorable Moments Bridal Floor, El Dorado Casitas Royale
- 52. Cenote Spa, Grand Hyatt Playa Del Carmen
- 58. Sea Spa at Land's End Grand Solmar, Los Cabos



52



56

### Eventos

- 42. Lista de Eventos

### Proveedores

- 60. Proveedores Preferidos
- 60. Directorio de Proveedores: Cuidado de Piel

# Cuatro Pasos Para Crear Una Cultura De Spa Incluyente Con Los Hombres

*Hasta hace poco, la piel del hombre ha sido tratada como si fuese talla única, cuando en realidad los hombres tienen tipos de piel y condiciones únicas también. Así que ¿por qué tan pocas líneas de productos y spas han tomado en serio los hombres? La respuesta es sencilla. El mejor espacio en los anaqueles se les asigna a los productos que mejor se venden. ¿Puede haber una falla en esta ecuación cuando se trata de los hombres?*

De acuerdo con la Asociación Internacional de Spas (International Spa Association - ISPA), en 2014 la asistencia de clientes hombres se ha disparado del 31% al 47% en menos de 10 años.

En 2014, las ventas totales de Estados Unidos de cuidado personal de los hombres alcanzan los \$ 4.1 billones, creciendo un 6,7% desde el 2012, y 19% desde el 2009. El cuidado de la piel de los hombres es uno de los segmentos de más rápido crecimiento en la belleza. Mintel predice que las ventas crecerán a \$ 4,6 billones para el 2019.

Hay cuatro modos distintos en que los vendedores, agentes de ventas y los proveedores de tratamientos pueden aprovechar esta nueva gran oportunidad de ingresos en el sector.

## **Paso 1: Estrategias De Venta Al Por Menor / Retail**

Crear una sección discreta de productos para hombres de manera que atraigas al usuario de spa masculino. Una vez que capturada su atención estará menos preocupado por el precio y más abierto a obtener otros artículos compatibles con su estilo de vida. Elija cuidadosamente los productos y descubra más sobre ellos acercándose a sus clientes masculinos. Analice las características demográficas de los hombres locales y observe de cerca su estilo de vida. El merchandising debe ser sustancial y la navegación sencilla – ofrecer instrucciones de cómo usar el producto es estadísticamente muy eficaz.

Hoy en día, los productos para hombres se pierden en un mar de lociones y pociones de belleza, todas destinadas al mercado femenino.

Crea una tienda para hombres dentro de la misma tienda, tal vez incluso un día puedas tener en el spa una boutique para hombres separada de la de mujeres.

## **Paso 2: Estrategias En La Oferta De Tratamientos**

Un importante obstáculo para aumentar los servicios estéticos masculinos en el spa es el que todo lo abarca la " facial para hombres", por lo general, escondida en la parte inferior del menú. Los hombres simplemente se aburren o mueren antes de llegar allí. Renueve sus menús para hombres y haga énfasis en las descripciones de los tratamientos masculinos.



Foto: OM4MEN

## **Paso 3: Almacenar La Cantidad Y Variedad Correcta De Productos Para El Cuidado De La Piel Masculina**

Almacene suficientes productos para el cuidado de la piel masculina, específicos para cada tipo de piel y diferentes condiciones, de esta manera aseguras que los clientes tengan una experiencia increíble. La piel masculina es diferente. Los hombres tienen diferentes preferencias de productos, y los tipos de piel masculina más prevalentes son diferentes a los de las mujeres. Para una vista rápida de las consideraciones para tratamientos en piel masculina.

# AWARD WINNING SPA DESIGN, NATURAL PRODUCTS AND TREATMENTS

Our results-driven, natural product range and world-renowned treatments are the choice of the finest spas and salons around the globe.

Be inspired by our solutions-based approach, product partnerships and tailored business support alongside full design, development and consultancy services.

Call 786 350 1192 to find out more.  
[enquiries@espainternational.co.uk](mailto:enquiries@espainternational.co.uk)  
[espa-consulting.com](http://espa-consulting.com)

ESPA at The Ritz-Carlton, Macau

# ESPA



## **Sensible**

- Es fácilmente irritable
- Signos de enrojecimiento y manchas
- Los poros son pequeños
- Sensibilidad de afeitado
- Algunos factores ambientales empeoran la condición

- *Contra intuitivamente, la piel del hombre es más sensible que la piel femenina.*
- *Los hombres se afeitan y están expuestos a la erosión cutánea, pelos encarnados y una barrera inmunitaria comprometida.*
- *Los hombres asiáticos, europeos y de origen Celta puede ser más susceptibles a la sensibilidad.*

## **Grasosa**

- Piel brillante, especialmente en la frente, la nariz o la barbilla
- Propensa a problemas - espinillas frecuentes u ocasionales, puntos negros y manchas
- Propensa a grandes poros dilatados

- La piel masculina es 20% más grasosa debido a la testosterona.
- La piel negra y mediterránea es a menudo más grasa, y debido al cabello rizado, tienen mayor probabilidad de tener vellos encarnados.
- La mayoría de los hombres tienen algún tipo de combinación de piel que requiere múltiples productos/ soluciones para que la piel recupere el equilibrio y balance

## **Normal**

- Cutis saludable y liso
- Poca o nula presencia de manchas
- Poros más pequeños o imperceptibles
- Sin marcas en la piel

- A todos los hombres les gusta pensar que tienen un tipo de piel normal. El concepto de tipo de piel apenas está entrando en su pensamiento.
- Es importante educar y ayudar a los hombres a entender que al igual que su bolsa de golf tiene varios palos para múltiples situaciones, su piel también puede requerir varios tratamientos muy específicos para lograr sus objetivos.

## **Seca o Madura**

- Cutis áspero
- Piel deshidratada, escamosa, irregular
- Presencia de líneas de expresión finas o pronunciadas, especialmente alrededor de los ojos
- Elasticidad en disminución
- Ambientalmente sensible
- El sol, frío, y / o el viento pueden causar irritación

- Debido al proceso de envejecimiento, la disminución de la glicación celular y la baja proliferación de células nuevas, la producción de colágeno y elastina se ralentizará a finales del 40 y principios de los años 50, a la vez que los niveles de testosterona disminuyen.
- Presencia de daño solar visible.
- Aumento de imperfecciones de la piel.
- Evidencia de daño capilar debido a años de afeitarse y otros factores.

La razón por la que la mayoría de los hombres no sabe la diferencia. Casi cualquier producto es una mejora para un primerizo. Los hombres son cada vez más diestros en el tema y pronto demandarán productos y tratamientos dirigidos exclusivamente a los desafíos únicos de su piel.

Los terapeutas también deben sentirse a gusto trabajando con el vello facial masculino, comunicar las características y beneficios de los productos, así como recomendaciones sobre el bienestar y cuidado de la piel para así incentivar al cliente a continuar la experiencia del tratamiento en casa.

### **Paso 4: Obtener Mayor Cantidad De Clientes Hombres Para Tratamientos**

El equipo de recepción es clave para aumentar las reservas. Crear un librito o guía para que todos la puedan aprender. Destaca la utilización masajes y toallas caliente durante los tratamientos. Trabaja con los proveedores de productos para hombres para diseñar incentivos para incrementar las

reservas. Cuando cambiamos la forma de hacer las cosas, dotamos a nuestros equipos con herramientas esenciales para ayudar al cliente masculino a elegir productos y servicios que mejoran su salud y bienestar, al tiempo que contribuye a los resultados finales.

**Mike Bruggeman**  
**CEO, Organic Male OM4**  
**www.om4men.com**



**Mike Bruggeman**

www.spawellnessmexico.com

OM4 MEN

PRECISION SKIN SOLUTIONS 4 MEN

# STOP LYING TO MEN!

YOUR LEAST FRAGRANT WOMEN'S PRODUCTS  
WON'T EARN HIS TRUST OR LOYALTY



OM4- STRATEGIC PARTNERS IN MEN'S SERVICES AND  
RETAIL BUSINESS DEVELOPMENT

DISCOVER THE DIFFERENCE | [WWW.OM4MEN.COM](http://WWW.OM4MEN.COM) | 877.898.MALE (6253)



[Facebook.com/OM4men](https://www.facebook.com/OM4men)



[Twitter.com/OM4men](https://twitter.com/OM4men)



[@OM4men](https://www.instagram.com/OM4men)

# Four Steps to Creating a Male-Inclusive Spa Culture

*Until recently men's skin has been treated as a one-size-fits-all proposition, when in fact men have skin types and unique conditions too. So why have so few product lines and spas taken men seriously? The answer is simple. Prime retail shelf space is allocated to top sellers. Could there be a flaw in this equation when it comes to men?*

According to the International Spa Association in 2014, the proportion of male spa-goers has shot up from 31% to 47% in less than 10 years. In 2014, total U.S. sales of men's personal care hit \$4.1 billion, up 6.7% from 2012, and 19% from 2009. Men's skin care is one of the fastest-growing segments in beauty. Mintel predicts sales will grow to \$4.6 billion by 2019.

There are four distinct ways marketers, sales associates and treatment providers can tap into the next largest revenue opportunity in spa.

## Step 1: Retail Strategies

Create a discrete section of men's items to draw in the male spa goer. Once you capture his attention,

he will be less concerned about price and open to finding compatible retail items. Choose wisely by getting intimate with your male customers. Understand your location's unique male demographic and look closely at his lifestyle. The merchandising must be substantive and the navigation simple - locker room introductions to product are statistically very effective.

Today, men's products are lost in a sea of beauty lotions and potions, all aimed at the female market.

Create a men's store within the store, Maybe even one day having separate men's and women's spa boutiques.

## Step 2: Spa Treatment Strategies

A major roadblock to increasing

male aesthetic services in spa is the all-encompassing "Gentleman's Facial." Usually hidden at the bottom of the menu, men simply die before they get there. Revamp your men's menus and male treatment descriptions.

## Step 3: Stock The Right Quantity And Variety Of Men's Skincare Products

Stock sufficient skin type and condition-specific men's products to ensure your guest will have an amazing experience. Men's skin is different. Men have different product preferences, and the most prevalent male skin types and conditions vary from women. For a quick overview of treatment considerations.

<p><b>Sensitive</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Becomes easily irritated</li> <li>• Signs of redness or blotchiness</li> <li>• Small pores</li> <li>• Evidence of razor burn or shaving sensitivity</li> <li>• Urban and environmental stressors exacerbate the condition</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Counterintuitively, men's skin is more sensitive than female skin.</li> <li>• Men shave and are subject to razor burn, ingrown hairs and compromised immune barrier.</li> <li>• Male Asian, Northern European and Celtic skin can be more susceptible to sensitivity.</li> </ul>
<p><b>Oily</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shiny skin especially on the forehead, nose or chin</li> <li>• Problem prone – frequent or occasional pimples, blackheads, and blemishes</li> <li>• Medium to large dilated pores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Male skin is 20% oiler due to testosterone.</li> <li>• Black and Mediterranean skin is often oilier and hair curls, increasing the likelihood of ingrowns.</li> <li>• Most men have some type of combination skin requiring multiple products/ solutions to bring the skin back into equilibrium and balance</li> </ul>
<p><b>Normal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usually smooth, healthy complexion</li> <li>• Few or no blemishes</li> <li>• Smaller or unnoticeable pores</li> <li>• No marked skin concerns</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• All men like to think they are normal. Only recently has the concept of skin-type entered his thinking.</li> <li>• It is important to educate and help men understand that just as their golf bag has multiple clubs for multiple situations their skin may also require several precision solutions to accomplish their goals.</li> </ul>
<p><b>Dry or Mature</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rough complexion</li> <li>• Dull, dehydrated, flaky, patchy</li> <li>• Fine or pronounced lines especially around the eyes</li> <li>• Diminishing elasticity</li> <li>• Environmentally sensitive</li> <li>• Sun, cold, and/or wind may irritate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As with all aging and glycation skin cell turnover and proliferation, as well as, collagen and elastin production markedly slow in the late 40's and early 50's, as testosterone levels drop.</li> <li>• Visible sun damage is often present.</li> <li>• Increased skin imperfections.</li> <li>• Often evidence of capillary damage due to years of shaving and other factors.</li> </ul>

# COOLA®

## SUNCARE

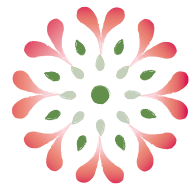
**DISTRIBUIDO POR SATTEVA**

Informes y ventas:

Cancún: [mario.hernandez@satteva.com](mailto:mario.hernandez@satteva.com)

Los Cabos: [betty@satteva.com](mailto:betty@satteva.com)

Ciudad de México: [alondra@satteva.com](mailto:alondra@satteva.com)



**satteva**  
Spa & Wellness Concepts



Farm  
to Face®



Solar  
Powered®



The reason we get away with using generic products is because most men don't know the difference. Almost anything is an improvement for a first-timer. Men are becoming more savvy and will soon demand products and treatments aimed exclusively at their unique skin challenges.

**Step 4: Get More Men Into Treatments**

The concierge/ desk team is key to increasing bookings. Create a script for everyone to learn. Highlight the massage and hot towel aspects of the treatment. Work with men's product vendors to design incentives for bookings. Therapists must feel at ease working with male facial hair and discussing product and wellness recommendations for continuing the treatment experience at home.

When we change the way we do things, we equip our teams with essential tools for helping the male guest choose products and services which enhance his health and wellbeing, while contributing to bottom line results.

**Mike Bruggeman**  
**CEO, Organic Male OM4**  
[www.om4men.com](http://www.om4men.com)



Foto: OM4MEN

*Los Favoritos De Cuidado De Piel Para Hombres*  
*Men's Skincare Favorites*



[www.om4men.com](http://www.om4men.com)



[www.skinauthority.com](http://www.skinauthority.com)



[www.taooftan.com](http://www.taooftan.com)

Free of synthetic  
fragrances, harsh  
chemicals and  
artificial dyes

Cruelty free



**TARA**<sup>TM</sup>  
SPA THERAPY

Experts in creating unique  
signature experiences



Authentically pure  
Therapeutic grade  
Organic  
Wildcrafted

## 25 YEARS of Innovation, Authenticity and Integrity

Our specialty is in creating customized signature treatments to reflect your unique destination. We help you distinguish your spa menu and tell your story in the most exceptional way.

Specialists in:

- Sun Recovery
- Wellness Solutions
- Regional Specialties
- Daily Rituals Skin Care
- Private Label & Group Gift Programs

### TARA COLLECTIONS

Ayurveda, Aromatherapy,  
Bath Therapy, Skin Therapy,  
Sun Therapy and Herbal Ease®

TARA Spa Therapy, Inc.

[info@taraspa.com](mailto:info@taraspa.com)

866-224-1391



green spa  
network<sup>TM</sup>

PLEDGE MEMBER



The Campaign for Safe Cosmetics

[www.SafeCosmetics.org](http://www.SafeCosmetics.org)

# Una Década de Bienestar

*¿Cuáles han sido los logros del bienestar en la última década?*

**Susie Ellis:** El hecho de que el término "bienestar" ha sido acogido globalmente es un logro enorme y uno que sucedió en el curso de la última década. Hace 10 años, muchos diferentes términos estaban siendo usados y luchando por atención, pero cada uno se quedó corto en poder inspirar un movimiento. Algunos ejemplos incluyen "spa," "prevención," "salud," "viaje saludable," "eco-construir," "medicina integral," entre otros. Ahora que todos estos sectores separados han encontrado lugar bajo el término bienestar (Centros de bienestar, retiros de bienestar, turismo de bienestar, bienestar en el trabajo, bienestar arquitectónico, bienestar médico, comunas de bienestar, tecnología de bienestar, entre otros.). Los esfuerzos combinados han juntado una atención significativa y toda la industria ahora está valorada en \$3.4 Trillones. ¡Eso es un logro gigantesco!

**Franz Linser:** Hemos pasado de hablar acerca de "spa" para hablar sobre "bienestar" y hemos evolucionado de un pequeño segmento del mercado a una de las principales industrias que ahora cubre aspectos de la vida moderna – desde la casa, el trabajo y hasta el turismo – Y en realidad se ha vuelto el "Centro de la sociedad". Hemos pasado de enfocarnos en los mimos (tratamientos para sentirse bien por un rato) a tratamientos que sustentan el bienestar y activamente previenen la enfermedad y promueven la salud. En lugar de poner la concentración en tratamientos físicos (masajes y belleza), estás viendo la sublevación de ofertas físicas y mentales hacia un nuevo enfoque en la salud social (comunas de bienestar), así como también la espiritualidad en menús de bienestar.

**Sue Harmsworth:** La palabra "Bienestar" ha existido desde hace años. En los últimos 5 años o algo, se ah puesto sumamente de moda, sin embargo la gente no sabe realmente lo que significa. Los spas han abierto los ojos de un volumen mucho mayor de consumidores y los problemas del estilo de vida de manera global se han vuelto mas evidentes. Antes de la tecnología vivíamos una vida diferente, muchas problemáticas actuales son causadas por la tecnología y estrés y la gente es más consciente. Una estadística reciente predice que para 2020 habrá más personas obesas de personas malnutridas.

*¿Qué se pronostica en la industria del bienestar para la próxima década?*

**Susie Ellis:** A medida que más gente entienda que el 75% de las enfermedades son prevenibles y que el aumento de los costos del cuidado de la salud en todo el mundo hacen insostenible continuar pagando por el tratamiento de los efectos de las elecciones en el estilo de vida que provocan las enfermedades, no hay otra opción sino la de trabajar juntos para hacer de la prevención el objetivo. Los gobiernos, las empresas, pequeños negocios, compañías de seguros, las escuelas, los profesionales de la medicina, individuos, etc. comenzarán a trabajar juntos para hacer que esto suceda. Creo que dentro de los próximos 10 años (esperemos que mucho antes) las estadísticas de aumento de la obesidad y la diabetes comenzará a invertir, y que la vida saludable y sostenible real asi como el cambio de estilo de vida va a tener que suceder.



**Susie Ellis, Chairman & CEO,  
Global Wellness Institute**



**Susan Harmsworth, Co-Chair,  
Global Wellness Summit**



**Dr. Franz Linser, Co-Chair,  
Global Wellness Summit**

“Gracias a **PitchBull** pudimos renovar el equipo de nuestras sucursales. Fue un proceso sencillo y totalmente confiable.”

**Gabriel Pérez de la Mora**  
Moor Spa + Nails

**PitchBull**   
Préstamos para PyMEs

**Financiamiento en línea para tu Spa**



Desde \$65 mil hasta  
\$500 mil pesos



Tasas del 8 al  
18% anual



Préstamos para capital  
de trabajo y activos fijos

 +52 (33) 473 749 76

 [contacto@pitchbull.com](mailto:contacto@pitchbull.com)

[www.pitchbull.com](http://www.pitchbull.com) | Mejor que un banco

**Franz Linser:** En primer lugar, los conceptos tradicionales de belleza serán más radicales, más invasivos y más médicos (eterna juventud, belleza plástica). En segundo lugar, una redefinición de belleza inspirada en el bienestar ocurrirá. Una evolución de los paradigmas de belleza exterior hasta los conceptos de belleza individual es esperado. Los conceptos de belleza estandarizados y de una-talla-para-todos será reemplazado por conceptos de belleza personalizados con auténticos diferenciadores. La nueva belleza será la belleza de la autenticidad, personalidad y carisma; la belleza de las personas felices, bien arregladas y cultivadas con características personales claramente distinguibles. Todavía hay otra área dentro de la industria del bienestar en la que probablemente estaremos observando los mayores cambios en el futuro próximo: la dirección de vida, el sentido y la espiritualidad. Los clientes que estén buscando respuestas, consejos y soluciones en estos campos, pedirán conceptos completamente diferentes de bienestar, diferentes lugares, diferentes programas de spa y contextos sociales.

**Sue Harmsworth:** Aclaración. Las pláticas de lo que constituye el bienestar y qué propiedades debe ofrecer, ha mostrado que los desarrolladores no tienen necesariamente una comprensión de lo que es bienestar. Los proyectos necesitan aclaración para avanzar. La mayoría de lo que necesitamos todavía tiene que ser construido; es difícil para los spas y hoteles cambiar al concepto de 'bienestar'. Añadiendo unos cuantos aspectos de bienestar no hace un spa u hotel un destino de 'bienestar'. Es probable que haya confusión para el consumidor y la industria en los próximos años antes de que la aclaración sea alcanzada. También es necesaria la división de lo que es médico y lo que es la prevención. Así que las instalaciones son conscientes de lo que es apropiado en el ambiente de resort de lujo.

*¿Qué áreas de la salud cree que son más importantes para la población mundial en su conjunto?*

**Susie Ellis:** Creo que lo que sucederá a medida que seamos más serios sobre el bienestar y la prevención de enfermedades será un cambio de actitud, se necesita la colaboración y mente abierta, porque realmente no hay "una" solución. Diferentes soluciones son importantes en circunstancias diferentes, diferentes países y para diferentes personas - así que muchas cosas tienen que suceder para realmente hacer una diferencia. Dieta, ejercicio, reducción de estrés, sueño, citas médicas, la genómica, la educación, la tecnología, las redes sociales, que las personas descubran su propósito en la vida, las relaciones familiares, el bienestar financiero, la naturaleza, la salud espiritual, edificios y comunidades saludables, la mejora en la desigualdad de los ingresos, la salud mental, disminución del conflicto geopolítico, y probablemente cosas que ni siquiera están en la conversación aun, van a ser parte de la solución. Así que quizás uno de los factores más importantes para mejorar la salud mundial será un espíritu de colaboración.

**Franz Linser:** La población mundial en su conjunto necesita comenzar a vivir una vida más consciente y activa; se centran en la salud frente a la enfermedad y el dolor. Debe haber un reconocimiento de la madre tierra y todo lo que ofrece la naturaleza y vivir de acuerdo con las leyes y regalos de la naturaleza. Esto significa comer menos alimentos procesados y más hierbas naturales, aire fresco, agua fresca



y mientras se viva en un ritmo de vida saludable, esto resultará en sentidos más agudizados (la gente va a sentir, oler, ver y oír mejor) y una mayor esperanza de vida.

**Sue Harmsworth:** Nosotros, como industria, necesitamos de centrarnos en la educación. Educar a los consumidores sobre bienestar, fitness, salud y cómo vivir más y mejor es importante. Los millennials verán las cosas bajo una luz diferente, sin embargo, no hay punto en vivir más tiempo si no estamos sanos. La educación ayudará a la prevención de la enfermedad y la concentración puede proporcionar a la gente una perspectiva positiva. Estar en el lugar adecuado, tanto física como mentalmente ayudará a las personas a influir positivamente en sus vidas.

10 YEARS

# GLOBAL WELLNESS SUMMIT // TYROL 2016



Join us for the 10th Annual Global Wellness Summit  
Tyrol, Austria, October 17-19, 2016

[GLOBALWELLNESSUMMIT.COM](http://GLOBALWELLNESSUMMIT.COM)

# A Decade of Wellness

*What are the key accomplishments in wellness of the last decade?*

**Susie Ellis:** The fact that the term “wellness” has been embraced globally is a huge accomplishment and one that happened over the last decade. Ten years ago many different terms were being used and vying for attention, but each fell short of inspiring a movement. Some examples include “spa,” “prevention,” “health,” “healthy travel,” “eco building,” “integrative medicine,” etc. Now that all of these separate sectors have found a place under the term wellness (“wellness centers,” “wellness retreats,” “wellness tourism,” “workplace wellness,” “wellness architecture,” “medical wellness,” “wellness communities,” “wellness technology,” etc.). The combined efforts have garnered significant attention and the entire industry is now valued at \$3.4 trillion. That’s a huge accomplishment!

**Franz Linser:** We have gone from talking about “spa” to talking about “wellness” and have evolved from a small market segment to a mainstream industry that now covers all spheres of modern life – from home, work to tourism – and has become truly the “center of society”. We’ve gone from focusing on pampering (momentary feel-good treatments) to treatment concepts that sustain wellness and wellbeing and actively prevent illness and promote health. In place of the concentration on physical treatments (massage & beauty), you’re seeing a rise of mental and psychological offerings and a new focus on social health (wellness communities), as well as spirituality on wellness menus.

**Sue Harmsworth:** The word ‘Wellness’ has been around for years. In the last 5 years or so, it’s really become fashionable, however people don’t really know what it means. Spas have opened the eyes of a much larger volume of consumers and the global lifestyle issues have become more apparent. Before technology we lived a different life, many issues now are technology and stress driven and people are more aware. A recent statistic predicts that by 2020 there will be more obese people than malnourished people.

*What would you forecast in the wellness industry for the coming decade?*

**Susie Ellis:** As more people understand that 75% of illness is preventable and that rising health care costs around the world make it unsustainable to continue to pay for treating the effects of lifestyle choices that result in those illness, there is no other option but to work together to make prevention the goal. Governments, corporations, small businesses, insurance companies, schools, medical professionals, individuals, etc. will begin working together to make this happen. I feel that within the next 10 years (hopefully much sooner) the statistics of increasing obesity and diabetes will begin to reverse, and that healthy living and real sustainable lifestyle change is going to have to happen.

**Franz Linser:** First, traditional beauty concepts will become more radical, more invasive and more medical (eternal youth, plastic beauty). Second, a wellness inspired redefinition of beauty will occur. An evolution from external beauty paradigms to individual beauty concepts is expected. Standardized, one-size-fits-all beauty concepts will be replaced





# AGAVE SPA

S k i n c a r e

The most exclusive natural  
skincare line in Mexico



Agave Spa es una marca cosmética de lujo mexicana elaborada con ingredientes naturales y tradicionales de México cuyo activo principal es el agave.



Síguenos en redes sociales:



@agavespamx



/Agavespa

by personalized beauty concepts with authentic differentiators. The new beauty will be the beauty of authenticity, character and charisma; the beauty of happy individuals, well groomed and cultured with clearly distinguishable personal characteristics. There is yet another area within the wellness industry in which we will probably be observing the biggest changes in the near future: life direction, sense and spirituality. Customers searching for answers, advice and solutions in these fields, will ask for completely different wellness concepts, different locations, different spa programs and social settings.

**Sue Harmsworth:** Clarification. The conversation of what constitutes wellness and what properties should offer has shown that developers don't necessarily have an understanding of what wellness is. Projects need clarification to move forward. Most of what we need has yet to be built; it's difficult for existing spas and hotels to switch over to wellness. Adding a few wellness aspects doesn't make a spa or hotel a wellness destination. There will likely be confusion for the consumer and the industry over the coming years before clarification is achieved. Division is also required of what is medical and what is prevention. So facilities are aware of what's appropriate in the luxury resort environment.



*What areas of wellness do you feel are most important for the global population as a whole?*

**Susie Ellis:** I think what happens as we get more serious about wellness and prevention of illness is a change in attitude – there needs to be collaboration and openness because there really is no “one” solution. Different solutions are important in different circumstances, different countries, and for different people – so lots of things need to happen to truly make a difference.

Diet, exercise, stress-reduction, sleep, medical appointments, genomics, education, technology, social networks, people discovering their purpose in life, family relationships, financial wellness, nature, spiritual health, healthy buildings and communities, improvement in income disparity, mental health, decrease in geopolitical conflict, and likely things that aren't even in the conversation yet, are all going to be part of the solution. So perhaps one of the most important factors to improve global health will be a spirit of collaboration.

**Franz Linser:** The global population as whole needs to begin to live a more conscious and active life; focusing on health versus sickness and pain. There needs to be recognition of mother earth and everything nature offers and living in accordance with the gifts and rules of nature. This means eating less processed food and taking in more natural herbs, fresh air, fresh water while living in the healthy rhythm of life which will result in sharpened senses (people will feel, smell, see and hear better) with longer life expectancy.

**Sue Harmsworth:** We, as an industry, need to focus on education. Educating consumers on wellness, fitness, health, and how to live longer and better is important. Millennials will see things in a different light however there's no point living longer if we are not healthy. Education will help the prevention of disease and mindfulness can provide people with a positive outlook. Being in the right place both mentally and physically will help people positively affect their lives.

# SPA AQUA

IMMERSE AND RENEW

Cancún, México | [www.spaaqua.net](http://www.spaaqua.net)



Hotel Live Aqua  
Boulevard Kukulcan km 12.5  
Zona Hotelera Cancún.

Reservaciones  
+ 52 (998) 881 76 00 Ext. 7620  
[resspaaqcu@posadas.com](mailto:resspaaqcu@posadas.com)

# Selección Del Editor Editor's Choice

## Helpo

Aromaterapia para el camino que te pone de buenas en cualquier lugar. Tiene un roll-on que proporciona un suave masaje, al mismo tiempo que aplica una mezcla de aceites esenciales de la India: Menta, Lavanda, Romero e Yang ylang en un base de Aloe Vera se unen para dejarte una grata sensación de frescura y un agradable aroma, además de ser un auxiliar para el tratamiento de migrañas y estrés. Un producto 100% puro y natural.

Aromatherapy on the go that puts you in a good mood wherever you are. The roll-on application provides a smooth massage, while applying the blend essential oils from India; Mint, Lavender, Rosemary and Ylang Ylang in an Aloe Vera Base, giving a sensation of freshness and an uplifting scent. A 100% pure and natural product.

[www.hihelpo.com](http://www.hihelpo.com)



## Dazzle Dry

Los esmaltes de colores así como los recubrimientos de uñas de secado rápido hacen una unión, para formar el Dazzle Dry™ Sistema de Secado Rápido para Uñas - una línea completa de esmalte, un recubrimiento y base naturales que otorgan uñas elegantes y hermosas en minutos.

Fast-drying nail polish colors and a quick drying top coat of the utmost speed unite to form the Dazzle Dry™ Quick Dry Nail System - a full line of nail polish colors, a topcoat and a base coat for natural nails that deliver chic, beautiful nails in minutes.

[www.dazzledry.com](http://www.dazzledry.com)

## Salt Of The Earth

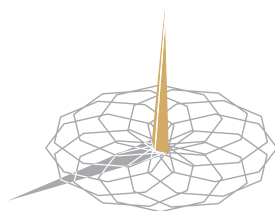
"Nunca antes había sido posible crear esencias de firma y personalizar tratamientos justo frente a los ojos del cliente, o mejor aún, dejarlos mezclar su propio producto!" Salt of the Earth te permitirá preparar exfoliantes, cremas y sales minerales desintoxicantes desde lo natural, mezclando esencias de temporada, aceites esenciales y el complejo de 72 oligoelementos extraído del Gran Lago Salado de Salt Lake City. Alejandra Ochoa, Directora y Fundadora de Hanna Laroch, quien cuenta con más de 15 años de experiencia en la Industria Spa, introduce a nuestro país Salt of the Earth.



"Never before has it been possible to create signature scents and personalized treatments right before your clients eyes--or better yet, let them give it a stir themselves!" Salt of the Earth will allow you to mix up body scrubs, creams, and detoxifying mineral salt from scratch, infused with seasonal scents, essential oils and the 72 trace mineral complex extracted from the Great Salt Lake. Alejandra Ochoa, Director and Founder of Hanna Laroch, who has more than 15 years of experience in the Spa Industry, introduces Salt of the Earth to our country.

[www.hannalaroch.mx/saltofearth](http://www.hannalaroch.mx/saltofearth)

# BIO LUXURY COSMETICS



HORA SEXTA®  
ITALY

Unforgettable rituals reveal the bright elegance of a new longevity



## PURE PRIVILEGE

Made in Italy



Organic Certification NATRUE | Nickel tested | Dermatologically tested | Not tested on animals | Paraben free



> Spa Table MO1 Evo



> PediSpa Square



> Spa Table MLX Quartz



> Spa Table MLR

**GHARIENI**

**PREMIUM  
SPA EQUIPMENT**



> Libra Edge K



> Spa Table MLW Amphibia



> Manicure Table Mano



> Spa Table MLWF1



> Spa Table MLW Square

# Innovaciones En El Diseño De Los Equipos Del Spa



Cuando hablamos de spas y equipos de bienestar innovadores, el grupo Gharieni de Alemania es un gran jugador en el Mercado. Con 25 años de experiencia, la compañía desarrolla nuevas innovaciones cada año y lleva consigo al mercado de equipos de spa al futuro.

Innovaciones como la mesa de tratamiento Gharieni MLX Quartz se han convertido en un gran éxito en el mercado internacional de spas y ahora pueden ser encontrados en spas Premium alrededor del mundo. Los granos calientes quartz te permiten disfrutar de la sensación de una "playa" real donde quiera que estés. ¡Sólo necesitas visitar tu spa favorito y soñar con tus últimas vacaciones!

Gharieni trae consigo vastos conocimientos tecnológicos al mundo del bienestar y los spas. Conocimientos innovadores como el "Spa Wave System", usando acústica binaural y estimulaciones vibratorias para poner a los invitados del spa en un estado profundo de relajación, ofrecen oportunidades de tratamientos totalmente nuevas. Esta maravilla de las siestas funciona como un tratamiento individual. Elimina la necesidad de un terapeuta y puede generar ingresos adicionales al spa.

El grupo Gharieni no solo desarrolla equipos de primera. El concepto

del tratamiento Wellmassage4D fue creado a través de una asociación entre el grupo Gharieni y Jean-Guy de Gabriac (Tip-Touch International) y es el primer tratamiento de masajes en utilizar 8 sofisticadas posiciones de mesa para proporcionar un comprensivo masaje de cuerpo completo.

Cuando le preguntaron a Sammy Gharieni acerca de los secretos en la innovación de equipos de spa, la respuesta fue sencilla: "Siempre hemos escuchado a nuestros clientes y diseñado para ambos, los clientes y terapeutas del spa. Apuntamos a crear una experiencia maravillosa para el invitado, utilizando equipo altamente funcional para el terapeuta."

De acuerdo con Sammy Gharieni, una de las mayores tendencias de los spas será la unión de los elementos de los tratamientos tradicionales y los equipos de alta tecnología. "Los equipos innovadores abren nuevas puertas para los terapeutas experimentados hacia superar los límites de los tratamientos de bienestar. Los spas desarrollan tratamientos estrella usando menús únicos. Mesas de masajes y equipos innovadores pueden proveer un fuerte USP (Unique Selling Spot – Punto fuerte de ventas) y ayudarlos a crear la experiencia de spa definitiva para tus clientes."

**Gharieni Group**

[www.gharieni.com](http://www.gharieni.com)



# pura d'or<sup>®</sup>

PREMIUM ORGANIC SOLUTIONS

**PURE. PROVEN. POWERFUL.  
WE SPECIALIZE IN RESULTS.**

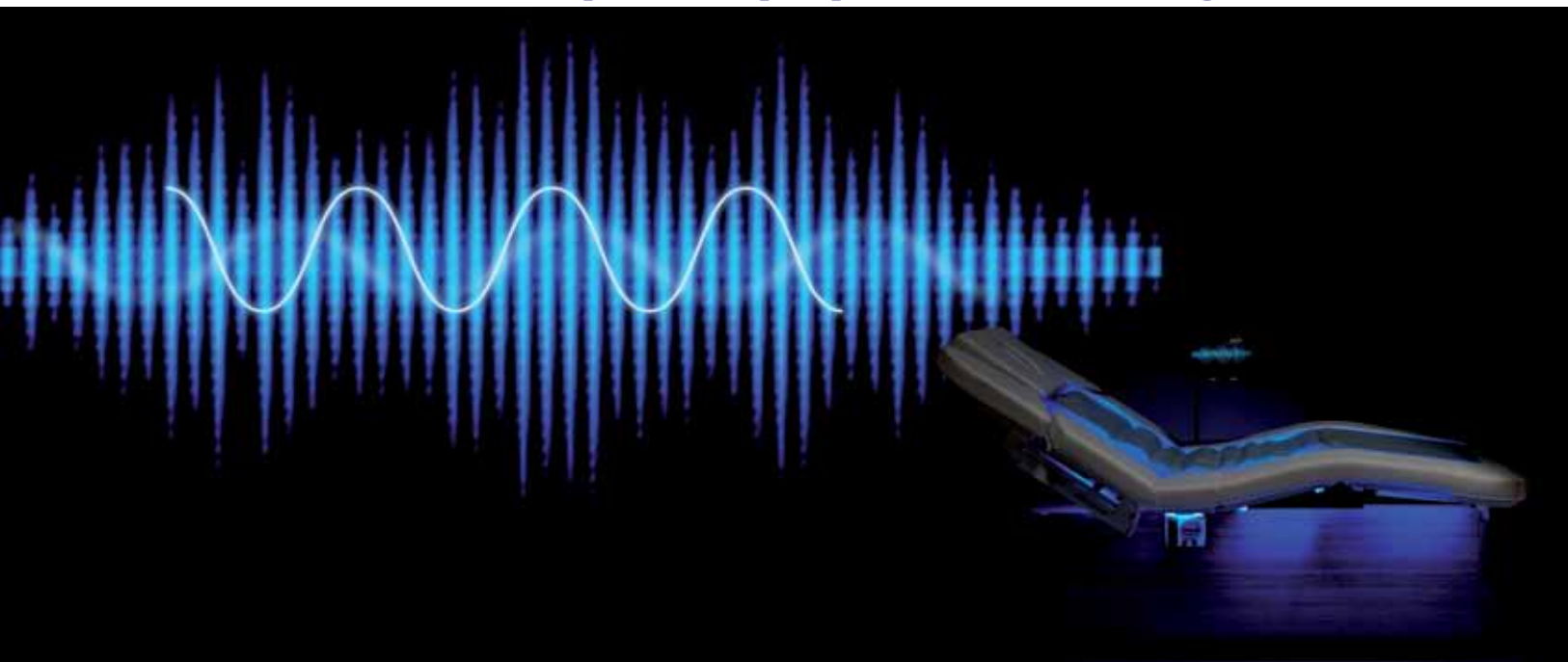


PURA D'OR provides solution-oriented hair and skin care therapy through premium natural based formulations. All of our blends are:

DOCTOR CERTIFIED ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE HYPO-ALLERGENIC CRUELTY FREE  
NO HARMFUL SULFATES • NO SLS • NO PARABENS • GLUTEN FREE

[PURADOR.COM](http://PURADOR.COM)

# Innovations In Spa Equipment Design



When we talk about innovative spa and wellness equipment, Gharieni Group of Germany is a big player in the market. With 25 years of experience, the company develops several new innovations every year and pushes the spa equipment market into the future.

Developments like the Gharieni MLX Quartz treatment table became a huge success in the international spa market and can now be found in premium spas around the globe. The warm quartz grains allow you to experience a true 'beach' feeling regardless of your location. You only need to visit your favorite spa and dream of your last vacation!



Gharieni brings enormous knowledge of technology into the world of wellness and spas. Innovations like the Spa.Wave System, using binaural acoustic and vibrational stimulation to put spa guests into a state of deep relaxation, offers totally new treatment opportunities. This power napping wonder works as a stand-alone treatment. It eliminates the need for a therapist and can generate additional profit for the spa.

Gharieni Group does not only develop premium equipment. The

treatment concept Wellmassage4D was created by a partnership between Gharieni Group and Jean-Guy de Gabriac (Tip-touch International) and is the first massage treatment to use 8 sophisticated table positions to deliver a comprehensive full body massage. In March 2016 Wellmassage4D won the Wellness & Spa Innovation Award in Germany. When asking Sammy Gharieni about the secrets of innovative spa equipment, the answer is easy: "We always listen to our clients and design with both the spa-goers, and the therapist, in mind. We aim to create an amazing experience for the guest utilizing highly functional equipment for the therapist."

According to Sammy Gharieni, one major future spa trend will be the fusion of traditional treatment elements and high-technology equipment. "Innovative equipment opens new doors for experienced therapists to push the limits for wellness treatments. Spas develop signature treatments to design unique spa menus. Innovative spa tables and equipment can provide a strong USP for your spa and help to create the ultimate spa experience for your clients."

**Gharieni Group**  
**[www.gharieni.com](http://www.gharieni.com)**

*Experience pure bliss...*  
LAVA AND GLACIAL SHELL® FACIAL



The Shell Facial System, designed to stimulate circulation, eliminate toxins, leaving skin firm and toned.

Perfect for any skin type, Lava and Glacial Shells® can be used with any skin care line to increase the skin's absorption of much needed nutrients.



**SPA**revolutions®

888-827-4683 \* [info@sparev.com](mailto:info@sparev.com)  
**SpaRev.com**

# Dejando Atrás La Edad De Piedra

*Usando productos de masaje de autocalentamiento para mejorar la saneamiento y ganancias de spas y la experiencia del cliente.*



Has dominado la modalidad de masajes de la piedra caliente, ¿Ahora qué? Reimaginar cómo hacer la práctica de masajes con la piedra puede, muy rápida y fácilmente, reducir el tiempo que pasas preparando y limpiando las piedras calientes, mejorando así tu resultado final. Igualmente importante, mejorara la experiencia del spa.

En una industria "de las manos", el saneamiento es vital para ambos, terapeuta y cliente. Limpiar y sanear adecuadamente las piedras calientes, así como sus calentadores, es un crucial y laborioso componente de los tratamientos con masajes de piedras calientes. Cuando ofreces un servicio de piedras calientes, es necesario contar el costo de preparar el calentador, colocar las piedras, agregar el agua y ajustar el calor para lograr una temperatura perfecta, sin mencionar otros 30 minutos para limpiar todo. Si solo tienes una unidad de calentado, ofrecer servicios de masaje de piedras uno tras otro, se vuelve muy difícil.

En los años más recientes, un número de productos innovadores han llegado al mercado de los spas, que permiten el uso de herramientas calentadas para dar masajes sin el uso de unidades calentadoras o electricidad. Ya sean operadas con baterías o de calentamiento por si mismas a través de minerales naturales y agua salada, una piedra caliente o una concha de lava pueden incrementar las ganancias para tu spa, con menos complicaciones.

Casi universalmente, los masajes son el servicio más popular de los spas. Creando mejoras, y especialmente agregando un servicio adicional sencillo al tratamiento, es una forma de incrementar la rentabilidad de tu negocio. Las piedras calientes y conchas de lava traen consigo muchas libertades, la eliminación de un calentador, la reducción de largos tiempos de limpieza con piedras porosas, así como la necesidad de muchas piedras para un solo servicio.

Con el saneamiento uno de los

objetivos principales al igual que la calidad del tratamiento de tu cliente, un simple cambio de las piedras térmicas por piedras/conchas térmicas automáticas también aumentará el tiempo de tus manos con el cliente. Las piedras/conchas térmicas automáticas se mantendrán calientes alrededor de 45 minutos, lo que significa menos tiempo apartándose del cliente para buscar una nueva piedra térmica.

En una industria donde cada minuto cuenta, un servicio continuo ininterrumpido, puede hacer la diferencia entre tú y tu competidor. Mejorar tu ganancias, al mismo tiempo que mejoras la experiencia del masaje del cliente, es una meta que vale la pena. Hacer cambios simples a un servicio existente puede ser rentable para el negocio y agregar más valor al tratamiento de tu cliente.

**Kristin Sartore**  
**Spa Revolutions**  
**[www.sparevolutions.com](http://www.sparevolutions.com)**

# Leaving the Stone Age Behind

*Using self-heating massage products to improve sanitation and profit for spas and the client's experience*

You have mastered the hot stone massage modality, now what? Reimagining how you manage your massage stone practice can quickly and easily free up the amount of time spent preparing and cleaning hot stones, ultimately improving your bottom line. Equally as important, it will enhance the spa experience.

In a 'hands-on' industry, sanitation is vital to the health of both the therapist and client. Properly cleaning and sanitizing hot stones, as well as their heating unit, is a crucial and laborious component of hot stone massage treatments. When costing a hot stone service, it is necessary to account for the labor costs of setting up the heater, placing the stones, adding water and adjusting the heat to achieve the correct temperature; not to mention another 30 minutes or so for cleanup. If you only have one heating unit, it makes offering back-to-back stone massage treatments quite difficult.

In recent years, a number of innovative products have hit the spa market that allow for the use of heated massage tools without the use of heating units or electricity. Whether battery operated or self-heating using all-natural minerals and salt water, a hot stone or Lava Shell upgrade can now be incremental revenue for your spa, with much less hassle.

Almost universally, massage is the most popular spa service. Creating upgrades, and especially making them easy to add-on 'in treatment', is one way to increase your spa's profitability. Self-heating stones/shells allow for many freedoms... the elimination of a heater, the reduction of long clean times with porous stones, as well as the need for many stones to perform a single service.

With sanitation a primary goal as well as quality of your client's treatment experience, a simple switch from 'heater bound' stones to self-heating hot stones/shells will also increase your hands-on time with the client. Self-heating stones/shells will stay warm for up to 45-minutes, which means less time breaking away from the client to search for a new hot stone. In an industry where every minute counts, a continuous, uninterrupted massage service can make all the difference between you and your competitor.

Improving your bottom line, while also improving the client's massage experience, is a worthwhile goal. Making some simple changes to an existing service can be profitable for the business and bring the most value to your client's treatment.

**Kristin Sartore**

**Director of Sales, Marketing and Business Development  
for Spa Revolutions, innovators for naturally self-heating  
massage and paraffin treatments for spa professionals  
[www.sparevolutions.com](http://www.sparevolutions.com)**

# Probada y Comprobada - Tried & Tested

## *Aceites Para la Piel*

## *Skin Treatment Oils*



### **Serenity Facial Oil, Pur Erb**

Este aceite facial liviano y sedoso, nutre, calma y repara la piel estresada con una mezcla compleja de ingredientes, que incluyen rosa Búlgara, helicriso, palo de rosa Brasileño, mandarina, baobab de Madagascar, marula africana, lavanda y sándalo.

This silky, light facial oil nourishes, calms, and repairs stressed skin with a complex mix of ingredients including bulgarian rose, helichrysum, brazilian rosewood, tangerine, madagascar baobab, african marula, lavender & sandalwood.

[www.purerbskincare.com](http://www.purerbskincare.com)



### **Prickly Pear Pomegranate Age Defense Facial Treatment Oil, Body Bliss**

El Aceite de Higo chumbo y Granada es un restaurador excepcional y un protector facial que combina el poder de extractos como la granada, chia y nopal.

Prickly Pear Pomegranate Oil is a uniquely restoring and protecting facial oil that combines the power of pomegranate, chia seed and prickly pear extracts.

[www.bodybliss.com](http://www.bodybliss.com)



### **Facial Recovery Oil, Eminence Organics**

This Toning and hydrating oil is created with precious herbs and nourishing oils to soothe and renew sensitive and aging skin. Made with Biodynamic ingredients from Demeter International Certified Biodynamic farms.

Este aceite tonificante e hidratante se crea con preciosas hierbas y nutritivos aceites para calmar y renovar la piel sensible y envejecida. Elaborado con ingredientes biodinámicos de las Granjas Internacionales Biodinámicas Certificadas de Demeter.

[www.eminenceorganics.com](http://www.eminenceorganics.com)



### **100% Rosehip Seed Oil, Pura D'Or**

Aceite de rosa mosqueta 100% Natural enriquecido con ácidos grasos esenciales. Este poderoso multitareas reduce la presencia de cicatrices y estrías, alivia el cuero cabelludo, restaura el balance del pH de la piel, y estimula la producción de colágeno.

100% Natural Rose Hip Oil enriched with essential fatty acids. This powerful multi-tasker reduces the appearance of scars and stretch marks, soothes the scalp, restores pH balance to skin, and stimulates collagen production.

[www.purador.com](http://www.purador.com)



# AraSpa

Consulting



**Sara Jones**



**Sharon Sedgwick**

**Concept. Design. Development. Operations. Recruitment. Management.**

AraSpa Consulting

Playa del Carmen, Quintana Roo, México · [www.AraSpaConsulting.com](http://www.AraSpaConsulting.com)

[sara@spawellnessmexico.com](mailto:sara@spawellnessmexico.com)

# HIGHEST RATED SPA INDUSTRY EVENT



1,000+ ATTENDEE REVIEWS

WILLOW STREAM SPA @ FAIRMONT MAYAKOBA



**GROW YOUR BUSINESS**

**GAIN COMPETITIVE ADVANTAGE**

**BUILD RELATIONSHIPS**

## SPAS ATTENDING

AND MANY MORE ....



[REQUEST ATTENDEE INFO >](#)



# LIVE LOVE SPA MEXICO

AUGUST 29 & 30

RIVIERA MAYA, MX | [WWW.LIVELOVESPA.COM](http://WWW.LIVELOVESPA.COM)



DISCOVER  
NEW PRODUCTS

EXPERIENCE  
TREATMENT DEMOS

LEARN WHAT'S  
TRENDING

## FEATURED BRANDS

AND MANY MORE ....



[REQUEST EXHIBITOR INFO >](#)

# Lanzamiento Launch

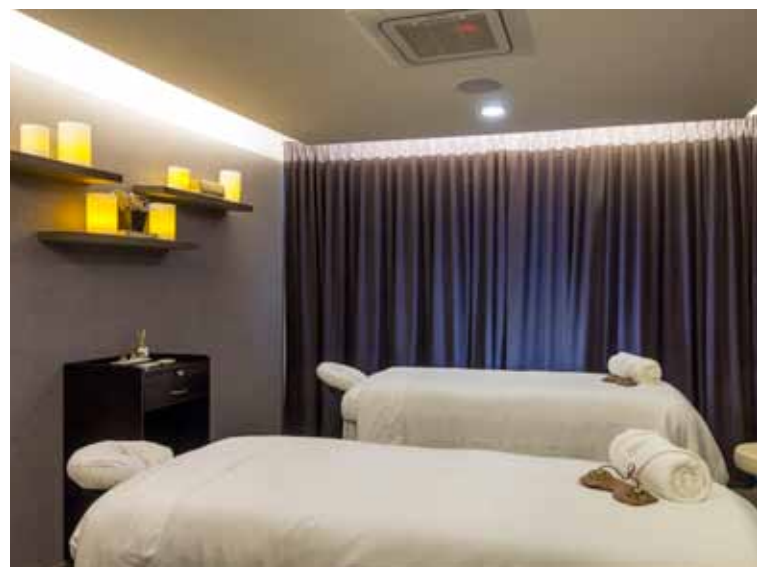


## Hela Spa, Santa Fe

En las colinas de Santa Fe, a las afueras de la Ciudad de México, la segunda ubicación de Hela Spa recientemente abrió sus puertas. Este elegante oasis urbano ofrece una variedad de servicios de spa personalizados, que incluyen masajes, faciales, tratamientos corporales en cuartos de tratamiento preciosamente decorados con personal bien entrenado. El spa ofrece experiencias de hidroterapia, que incluyen, baño de vapor y Jacuzzis junto con áreas confortables para relajación, ofreciendo té de hierbas y bocadillos. La suite de parejas proporciona un espacio para disfrutar en compañía, junto con una terraza privada con vista hacia la ciudad. Están disponibles una variedad de productos y una estética, lo que significa que puedes agendar tu secado después de tu experiencia en el spa.

In the hills of Santa Fe, on the outskirts of Mexico City, the second location of Hela Spa recently opened its doors. This chic, urban oasis offers a variety of tailored spa services including massages, facials, body treatments, set in beautifully decorated treatment rooms with well-trained staff. The spa offers hydrotherapy experiences including steam room and Jacuzzis together with comfortable relaxation areas providing herbal teas and snacks. A couple's suite provides a space to enjoy together along with a private balcony terrace overlooking the city. A variety of products are available and a stylish salon means you can schedule your blow dry after your spa experience.

**Managing partners: Norma Cantu, Cordelia Guajardo**





# SPA EQUIP

## Su única fuente para todo spa.

SpaEquip, Inc. ha sido el líder en la provisión de equipos de spa para los spas en todo el mundo durante casi 30 años. Si usted está planeando un nuevo spa o para actualizar su equipamiento, tenemos todo lo necesario para hacer su visión de spa una hermosa realidad.

- Diseño y Planificación
- Cada tipo de equipamiento:
  - Hidroterapia
  - Masaje
  - Manicura y Pedicura
  - Cuidado de la Piel Avanzada
  - Vapor y Sauna
  - Productos para Tratamientos
  - Ropa y Suministros
- Instalación
- Apoyo Continuada



**Hacemos  
Spas suceder.**

[www.spaequip.com](http://www.spaequip.com)

**Contacto: Roberto Molina**  
707- 737-1135 USA  
[robert@spaequip.com](mailto:robert@spaequip.com)

# Jabones Soaps

## Primal Elements

Vista, olor, forma y tacto se han vuelto el sello característico de los jabones Primal Elements. Todos los jabones contienen glicerina vegetal para hidratar la piel con una delicada espuma que se enjuaga de manera impecable. Usando aceites esenciales puros y aceites de fragancias populares.

Sight, smell, shape and feel have become the trademark of Primal Elements soaps. All soaps contain vegetable glycerin to moisturize skin with a luxurious lather that rinses cleanly away. Using pure essential oils and popular fragrance oils.

[www.primalelements.com](http://www.primalelements.com)



## Alma Maya

Jabones Artesanales: 100% artesanales, hechos con productos naturales, aceites de almendra, coco, aguacate, olivo, canola y argán. Elaborados en frío y con la combinación perfecta de hierbas y aceites esenciales.

Handmade soaps 100% handmade, made with natural products, oils of almond, coconut, avocado, olive, canola and argan. Cold pressed with the perfect combination of herbs and essential oils.

[www.almamaya.wordpress.com](http://www.almamaya.wordpress.com)

## Lavender & Blue Chamomile Olive Oil Soap, Body Bliss

El jabón de Lavanda y Manzanilla Azul de aceite de oliva es hecho a mano con amor y precisión por métodos tradicionales y usando aceites vegetales naturales. Conservan toda su glicerina natural y son una de las formas más suaves para limpiar su cara (o cuerpo) sin eliminar los aceites naturales de tu piel.

Lavender & Blue Chamomile Olive Oil Soap is handcrafted with love and precision by traditional methods and using natural vegetable oils, they retain all their natural glycerin and are one of the most gentle ways to cleanse your face (or body) without stripping natural oils from your skin.

[www.bodybliss.com](http://www.bodybliss.com)



# itecon

wellness & spa design

## Diseño y ejecución de centros Termales y Spa

Project management  
Consultoria spa  
Estudio de mercado  
Asesoramiento técnico  
Suministro e instalación de equipos  
Formación y selección de personal , etc..

Una filosofía basada en ofrecer un producto  
diferenciador, exclusivo e innovador, para conseguir  
satisfacer las necesidades del cliente más exigente

Oficinas centrales:  
Email: [info@itecon.es](mailto:info@itecon.es)  
Tel. +34 964 562 314 Cel. +34 619893401  
[www.itecon.es](http://www.itecon.es)  
CASTELLÓN - SPAIN

MÉXICO  
José Antonio Taberna Aristegui.  
Av. 1º de Mayo, 87 piso 1º  
Col. Obrero Campesina  
91020 Xalapa, Ver.  
Email: [iteconmexico@itecon.es](mailto:iteconmexico@itecon.es)  
Tel. 01 228 8901939  
Cel. 045 / 044 2281104036

PANAMÁ  
Calle 50 y Calle 71, San Francisco  
Edificio Plaza Mórica, Piso 12  
Ciudad de Panamá, Panamá  
Email: [info@itecon.es](mailto:info@itecon.es)  
Cel. +507 214-8595  
+507 213-9014

COLOMBIA  
Martín Aguilera Gómez  
Carretera 46 Nº 52-25 Oficina 614.  
Edificio Araucaria (MEDELLÍN)  
Email: [maguilera@itecon.es](mailto:maguilera@itecon.es)  
Cel. 32 18 81 29 74



Es un magno evento que reúne a expertos de la Piscina & SPA a nivel nacional e internacional presentando innovación en productos, técnicas para instalaciones acuáticas y todo lo relacionado con el Agua.



Durante el evento se rifarán productos y premios, que podrás ganar registrándote en la pagina [www.expotecnoagua.com.mx](http://www.expotecnoagua.com.mx)

**Contacto:**  
(+52) 5593 5149  
(+52) 5680 6792

[www.appac.org.mx](http://www.appac.org.mx)  
 APPAC\_Piscinas  
 AsociaciondeProfesionalesdePiscina

**PATROCINADORES**



# Spa & Wellness

méxico

## Calendario de Eventos Event Calendar

Fecha/Date	Evento/Event	Website	Ubicación/Location
25.06.2016 - 27.06.2016	IECSC Las Vegas	<a href="http://www.iecsc.com/lv">www.iecsc.com/lv</a>	Las Vegas, Nevada, US
29.08.2016 - 30.08.2016	Live Love Spa	<a href="http://www.livelovespa.com">www.livelovespa.com</a>	Riviera Maya, MX
13.09.2016 - 15.09.2016	ISPA Conference & Expo	<a href="http://www.experienceispa.com/events">www.experienceispa.com/events</a>	Las Vegas, US
15.10.2016 - 18.10.2016	Expo Salud y Bienestar	<a href="http://www.expo-salud.com.mx">www.expo-salud.com.mx</a>	WTC, Mexico City
17.10.2016 - 19.10.2016	Global Wellness Summit	<a href="http://www.globalwellnesssummit.com">www.globalwellnesssummit.com</a>	Mexico City
23.10.2016 - 24.10.2016	IECSC Florida	<a href="http://www.iecsc.com/fl">www.iecsc.com/fl</a>	Fort Lauderdale, US
06.11.2016 - 07.11.2016	International Congress of Esthetics & Spa	<a href="http://www.miami.skincareshows.com">www.miami.skincareshows.com</a>	Miami, US

# ANTI-AGING PREVENTION HYDRATION

ROSEHIP TRIPLE C+E FIRMING OIL



Dramatically increase skin **hydration** and reduce the appearance of **fine lines** and **wrinkles** for visibly **firmer skin**

Available in Premium Resorts and Spas Worldwide



ÉMINENCE  
HANDMADE  
ORGANIC  
SKIN CARE OF  
HUNGARY  
SINCE 1958

[www.eminenceorganics.com](http://www.eminenceorganics.com)



# Seleccionar La Ropa De Cama Para Tu Spa Y Hotel



Los costos más importantes a la hora de comprar ropa de cama son los costos operativos. Más grueso no es necesariamente más lujoso. Excelencia, longevidad y ecorresponsabilidad son consideraciones básicas cuando seleccionas a tu proveedor de ropa de cama y batas adecuado. Preguntar lo adecuado mientras llevas a cabo la debida diligencia, te pondrá en el camino correcto para tomar la mejor decisión para tu spa y hotel.

## 1. Conoce la fábrica.

Ecorresponsabilidad, bajas emisiones de dióxido de carbono. Estos términos ya dejaron de ser palabras de moda para convertirse en factores críticos que significan buenas prácticas en el negocio. ¿La fábrica lava, seca, teje, tiñe, corta y cose todo en las mismas instalaciones? Si es así, esto asegura consistencia en la calidad de los hilos y el tintado del producto. También asegura emisiones más bajas de dióxido de carbono.

Conocer qué grado de algodón se utiliza, (del 1 al 7). ¿Es de fibras largas? ¿La fábrica está certificada por Oeko-Tex? Esto garantizará el uso del insecticida correcto y su impacto en el medio ambiente.

Saber bajo qué tipo de condiciones trabajan los empleados de la fábrica. ¿Se rotan en las estaciones de trabajo para incrementar la productividad y disminuir los riesgos de lesiones? ¿Qué tipo de programas de salud implementan?

- Asesoría en salud y nutrición.
- Atención médica, guardería para niños y centro comunitario en las instalaciones de la fábrica.
- Transporte hacia y desde el lugar de trabajo.
- Comercio justo y reparto de beneficios para empleados.

Todas estas son prácticas que crean un alto nivel de producción con calidad en el producto final.

## 2. ¿Qué tan innovadora es la tecnología de la fábrica?

¿Qué tipo de energía usa? La más eficiente y menos dañina para el ambiente es la maquinaria hidráulica. ¿Tiene una planta de purificación de agua? Si es así, se cuida que los ríos reciban agua sucia y contaminada. ¿Usan químicos o bacterias para acabar con el pigmento del tinte? ¿Utilizan una solución óptica y peróxido de hidrógeno o utilizan lejía? La lejía es dañina para las fibras al igual que para

el ecosistema. ¿Cuántas veces se lava y se seca el producto después de aplicar el colorante y luego de cortar y tejer? Si sólo se lava una vez, los químicos se quedan en la fibra y se encogerá de un 10 a un 12%. Si se lava y se seca cuatro veces, sólo habrá un 4% de encogimiento.

## 3. Mira a la compañía.

¿Cuáles son sus prácticas de atención al cliente? ¿Qué tan rápido envían el producto? ¿Qué tan pronto responden a llamadas y correos electrónicos? Una buena empresa apoyará a su producto y trabajará junto al departamento de lavandería para asegurar la longevidad del mismo.

## 4. Más grosor no es necesariamente más lujo.

Toallas más ligeras serán más rentables a largo plazo, ya que podrá entrar una mayor cantidad de ellas en la lavadora y secadora, lo que hará que ahorres agua, electricidad y mano de obra.

Las respuestas a estas preguntas harán que selecciones la compañía más adecuada para tu negocio.

**Charmaine Lang**  
**The Madison Collection**  
[www.themadisoncollection.com](http://www.themadisoncollection.com)

A massage table is set up outdoors under a large tree with lush green leaves. The table is covered with white linens, including a textured white blanket at the head and a white sheet. Five smooth, dark-colored hot stones are arranged in a line on the table. The table is supported by a wooden leg. The background shows more of the tree and a glimpse of a building.

***WRAP YOUR GUESTS IN LUXURY...***

The Madison Collection  
[www.themadisoncollection.com](http://www.themadisoncollection.com)

# How To Select Linen For Your Spa & Hotel

The most important cost to look at when purchasing linen is the operational cost. Excellence, longevity, and eco-friendly are critical considerations when selecting the right linen and robe partner. Asking the right questions as you conduct your due diligence puts you on the path to making the best decision for your spa or hotel.

## 1. Know your factory.

Eco-friendly, small carbon footprint - these terms are no longer buzzwords but critical factors of good business practice. Does the factory spin, weave, dye, cut and sew all in the same facility? If so - this ensures consistent quality of yarns and the dyeing of the product. It also guarantees a smaller carbon footprint.

Know what grade of cotton is used, (from 1-7). Is it long fibered? Is the factory Oeko-Tex Certified? This will guarantee the correct pesticide equation and will not impact the soil.



Learn what kind of conditions the factory workers experience. Do they rotate work stations to enhance productivity and lower repetitive injury risk? What type of healthy living programs do they implement:

- Fitness and nutrition counseling
- Medical clinic, child care, and community center on the factory campus
- Transportation to and from work
- Fair Trade or profit sharing with employees

These are all practices that create a high level of production with quality finished product.

## 2. How innovative is the factory's technology?

What type of power is used? The most efficient and less hazardous

to the environment is hydraulically driven machinery. Do they have a water purification plant? If so, this will safeguard the rivers from receiving dirty water. Do they use chemicals or bacteria to eat the dye pigment? Are they utilizing an Optical Solution and Hydrogen Peroxide or are they using bleach? Bleach is harmful to the fibers as well as to the ecosystem. How many times is the product washed and dried after dyeing and before cutting and sewing? If only washed once, chemicals will be left in the fibers and there will be a further 10-12% shrinkage. If washed and dried 4 times - only 4% shrinkage will materialize.

## 3. Look at the company itself. What are their customer service practices?

How quickly do they ship product? How

fast do they respond to your emails or calls? A good company will stand by their product and work with your laundry department to ensure longevity of the product.

## 4. Thicker is not necessarily more luxurious.

Lighter towels will be more cost effective to your bottom line as you can fit more linens or robes into the washer and dryer - therefore saving water, electricity and labor.

The answers to these questions will support your selection of the right company for your business.

*Charmaine Lang*  
*The Madison Collection*  
[www.themadisoncollection.com](http://www.themadisoncollection.com)

# ESCUELA DE MASAJES Y DESARROLLO HUMANO

## DIRECTOR DE SPA

Te ofrecemos:



### Inglés Spa:

¡Olvidate de las señas, que tus terapeutas se escuchen profesionales!

- Mejora la comunicación con huéspedes
- Inglés técnico (lenguaje de Spa)
- Impartido por un maestro certificado

Lo mejor es: Que tu Spa desarrolle un servicio cálido y personalizado con el huésped.

RVOE:16FT092

SEP

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



Tenemos un traje a la medida de lo que tu Spa necesita

### Estandarización de Menú:

¡Todas tus terapeutas, la misma secuencia!

Capacitaciones de diversas técnicas.

Beneficios: mantén estándares de calidad en tus servicios.

Logra que tus clientes te recomienden, luce profesional con tus clientes.

Lo mejor es que vamos a tus instalaciones y nos acomodamos a tus horarios.

### Ventas Spa:

¡Capacita a tus terapeutas y recepcionistas para alcanzar los objetivos de venta!

- Incrementa tus ventas de producto retail
- Proporciona herramientas de venta a tu staff, recuerda que no tienen formación comercial.

Lo mejor es: Que tu spa incrementará las ventas.



Photo by Suzy



Photo by Suzy

### Innovación e implementación de nuevos servicios:

¡Actualiza tu spa, aplica las técnicas de vanguardia!

- Talleres intensivos de técnicas nuevas o por implementar en tu spa, impartidas en 24 horas casa una.
- Aumenta tu menú de servicios
- Actualiza a tus terapeutas y sorprende a tus clientes



@zenslottoescuela



zenslotto escuela de masajes



(984) 110 5030



984 113 1853

Dirección General: [afc@zenslotto.com](mailto:afc@zenslotto.com)

# 4 De Los Mejores, Sueros

# 4 Of The Best, Serums

## Skin Radiance Intensive Serum, ESPA

Inspirado por los potentes ingredientes en nuestra línea más vendida de luminosidad de la piel, este suero innovador contiene una poderosa mezcla de activos aclaradores de Mora, Gayuba (uva de oso) y Regaliz con colágeno aumentando la vitamina C.

Inspired by the potent ingredients in our bestselling Skin Radiance range, this innovative serum contains a powerful blend of brightening actives Mulberry, Bearberry and Liquorice with collagen boosting Vitamin C.

[www.espaskincare.com](http://www.espaskincare.com)



## 5 Seeds Extract Repairing Serum, Body Bliss

La vitalidad de 5 tipos de semillas de plantas, extraídas con CO<sub>2</sub>, mantiene la piel vibrante. La granada, frambuesa y aceites de semillas de chía ayudan a hidratar la piel.

The vitality of 5 types of plant seeds, extracted with CO<sub>2</sub>, keeps skin vibrant. Pomegranate, raspberry and chia seed oils help moisturize the skin.

[www.bodybliss.com](http://www.bodybliss.com)



## TGF-β Booster Serum, Le Mieux

### TGF-β BOOSTER

El suero concentrado altamente enriquecido trabaja a nivel celular al estimular la absorción de oxígeno y la producción de colágeno soluble y elastina de los fibroblastos humanos.

### TGF-β BOOSTER

This highly enriched concentrated serum works on the cellular level by stimulating oxygen intake and the production of soluble collagen and elastin from human fibroblasts.

[www.lemieuxcosmetics.com](http://www.lemieuxcosmetics.com)



## PRO ORGANIC 20% Vitamin C Serum, Pura D'Or

Este Suero profesional con un nivel de 20% de vitamina C es una fórmula súper concentrada, que está diseñada para atacar las imperfecciones de la piel, proporcionando suavidad duradera, como también la neutralización de radicales libres dañinos.

This Professional Strength 20% Vitamin C Serum's super concentrated formula is designed to target skin imperfections, delivering lasting softness while neutralizing harmful free radicals.

[www.purador.com](http://www.purador.com)



aromaterapia, *bienestar* y practicidad  
todo esto cabe en

HIHELPO<sup>®</sup>

[www.hihelpo.com](http://www.hihelpo.com)

Aromatherapy on-the-go

## #HelpoPocketSpa

Diseñado para liberar las tensiones que generan dolores musculares y de cabeza. contiene 5 aceites esenciales: Aloe vera, menta, lavanda, romero e ylang ylang.

Refréscate hasta 50 veces.  
producto 100% orgánico



# *Memorable Moments Bridal Floor, El Dorado Casitas Royale*



La abundancia de resorts y playas prístinas a lo largo de la Riviera Maya, hacen de esta área una elección popular para bodas realizadas en destinos turísticos. Mientras que los meses de primavera siempre han sido una típica "temporada de bodas" los resorts que se enfocan el mercado de las bodas, atienden numerosas bodas exitosamente cada mes del año.

Cuando los aspectos de spa y bienestar son integrados efectivamente en la experiencia de las bodas realizadas en destinos turísticos, el resultado se puede ver claramente en la generación de ingresos del spa.

En El Dorado Casitas Royale, las bodas ocupan el lugar central con un piso completo del spa dedicado a ofrecer un espacio de relajación, revitalización y si, consentirse y embellecerse un poco.

Cada una de las seis temáticas ofertadas por el resort incluye un cuarto de tratamiento de spa respectivo en al Piso Nupcial 'Momentos Memorables Bridal Floor' en Naay Spa. Aquí, la novia pueden disfrutar del spa y su grupo puede unirse para la preparación previa a la boda. Los servicios de grupo previos a la boda mas populares, como manicure y pedicure se pueden agendar en el área



*Pure Glamour Spa Suite*

*El Resort Ofrece A Los Huéspedes Una Selección De Seis Temáticas:  
The Resort Offers Guests A Selection Of Six Themes:*



The abundance of luxury resorts and pristine beaches along the Riviera Maya make this area a popular choice for destination weddings. While there has previously always been a typical 'wedding season' in the spring months, resorts that focus on the wedding market successfully cater to numerous weddings every month of the year.

When spa and wellness aspects are effectively integrated into the destination wedding experience, the result can be clearly seen in revenue generation of the spa.

At El Dorado Casitas Royale weddings take center stage with an entire spa floor dedicated to providing a space for relaxation, revival and yes, a little pampering and beautifying.

Each of the 6 wedding themes offered by the resort now includes a corresponding spa treatment room on the Memorable Moments Bridal Floor at Naay Spa. Here, the bride can enjoy spa experiences and her party can join her for the pre-wedding preparation. Popular pre-wedding group services like manicure and pedicure can be scheduled in the spacious open-plan bridal salon area.

**Sara Jones, Editor**

[www.spawellnessmexico.com](http://www.spawellnessmexico.com)



# Una Experiencia Spa

## Cenote Spa, Grand Hyatt Playa Del Carmen

El Cenote Spa en el Grand Hyatt Playa del Carmen obtiene su nombre de la boca de ríos de agua dulce, emblemático de la Riviera Maya y la Península de Yucatán. Con todas las facilidades que se pueden esperar de un lujoso resort spa, incluyendo un cuarto de vapor de eucalipto, sauna, Jacuzzi, baño helado y una ducha de experiencia, el Cenote Spa también hace gala de una hermosa réplica de un cenote con una tibia piscina circular y camastros para relajarse. Este espacio compartido, tipo cueva, puede ser disfrutado tanto por hombres como por mujeres, antes o después de los servicios del spa. Bajo el cálido resplandecer de la sutil iluminación naranja en las paredes del "cenote" usted puede nadar en la tibia piscina, relajarse en las sillas e incluso ponerse en contacto con su lado artístico dibujando en una mandala o leyendo sobre su artista favorito en la selección de libros.

El menú de tratamientos ofrece una variedad de masajes, faciales y tratamientos corporales en suites que tienen vista a un cenote real y un frondoso follaje de jungla. El Cenote Spa en el Grand Hyatt consta de 6 cuartos de tratamiento particulares y 2 suites para parejas que también incluye una bañera, ducha y área de vestir privada. Un Salon de servicio completo que ofrece estilización, manicure y pedicure complementa el spa, además de una piscina de 25M y un centro de fitness totalmente equipado.

**Sara Jones, Editor**

*Bajo el cálido  
resplandecer de la sutil  
iluminación naranja en  
las paredes del "cenote"  
usted puede nadar en la  
tibia piscina, relajarse en  
las sillas e incluso ponerse  
en contacto con su lado  
artístico dibujando en una  
mandala o leyendo sobre  
su artista favorito en la  
selección de libros.*



# BCL SPA

De los innovadores de Servicios Orgánicos SPA Certificados, BCL introduce un nuevo sistema de manicure y pedicure que reafirma la piel, ayudando al anti-envejecimiento y contra las arrugas, para lograr una apariencia más joven en pies y manos.



**Pitaya**  {pi-tahy-uh}

## TRATAMIENTO REVERSIBLE DE ARRUGAS

- Con polisacáridos para una piel más firme y tersa
- Con vitamina C & Complejo B, que afinan y reducen arrugas
- Con antioxidantes, que previenen el daño por radicales libres



## SISTEMA DE SPA ORGÁNICO PARA MANICURE & PEDICURE

En BCL creemos que todas las personas merecen un estilo de vida más saludable y feliz. Nos apasiona diseñar productos innovadores para los diferentes tipos y condiciones de piel, utilizando sólo ingredientes orgánicos certificados, naturales, únicos y poderosos.

Sistema completo de 4 pasos que incluye:

- 1 sales ablandadoras
- 2 azúcar exfoliante
- 3 mascarilla humectante
- 4 crema de masaje



Disponible en 16 oz, 64 oz

# A Spa Experience

## Cenote Spa, Grand Hyatt Playa Del Carmen



*Under the warm glow of subtle orange lighting set in the 'cenote' walls you can swim in the warm circular pool, relax on lounge chairs and even get in touch with your artistic side by coloring in a mandala or reading about your favorite artist from the selection of books.*

The Cenote Spa at the Grand Hyatt Playa del Carmen is named after the fresh water river openings, emblematic of the Riviera Maya and Yucatan Peninsula. With all the facilities you would expect from a luxury resort spa including a eucalyptus steam room, sauna, Jacuzzi, cold plunge and experience shower, the Cenote Spa also boasts a beautiful, replica 'cenote' with a circular warm pool and loungers to relax on. This cave-like, shared space can be enjoyed by both men and women, both before and after spa services. Under the warm glow of subtle orange lighting set in the 'cenote' walls you can swim in the warm pool, relax on lounge chairs and even get in touch with your artistic side by coloring in a mandala or reading about your favorite artist from the selection of books.

The treatment menu offers a variety of massages, facials and body treatments in suites that look out over a real cenote and lush jungle foliage. Cenote spa at the Grand Hyatt features 6 single treatment rooms and 2 couples suites that also include a private bathtub, showers and dressing area. A full service Salon offering styling, manicures and pedicures complements the spa in addition to a 25M lap pool and fully equipped fitness center.

**Sara Jones,**  
**Editor**



# satteva

Spa & Wellness Concepts

- Servicios basados en estándares de 5 estrellas
- Soluciones verdes y certificaciones ecológicas
- Entrenamiento profesional para spa
- Selección y distribución de productos con filosofía orgánica
- Programas de estilo de vida, turismo y bienestar



"Satteva lanzará pronto su programa de turismo de bienestar en México y Costa Rica en 2015"

**"Permite que tu spa sea una fuente de bienestar"**

Miembro ISPA

Miembro Green Spa Network

<http://www.satteva.com>  
[info@satteva.com](mailto:info@satteva.com)



# GLOBAL WELLNESS DAY

*Cómo Celebramos En México:*

*How we celebrated around Mexico:*







# Una Experiencia Spa

## Sea Spa at Land's End Grand Solmar, Cabo San Lucas

Llegar al Spa Marino Grand Solmar Resort's es una experiencia en si misma. Localizado prácticamente en el fin del mundo en la punta de Baja en México y anidado en medio de formaciones rocosas naturales, se elevan cuatro cabañas spa, construidas en pilares por encima de la arena de la playa con techos hechos de paja.

Un tranquilo pasillo conduce a las cuatro cabañas, cada una con terrazas privadas con una vista hacia el mar de Cortés que quita el aliento. Hay que llegar temprano para tomar ventaja del cuarto de vapor y la alberca de agua marina. Una vez que se le asignó un locker y envuelto en una lujosa bata, una comfortable silla o cama lounge en la terraza llama para relajarse antes y después de su tratamiento mientras contempla el océano. De diciembre hasta Abril puede presenciar un espectáculo de ballenas migratorias,

que vienen a retozar en las cálidas aguas donde el Océano Pacífico se encuentra con el Mar de Cortés.

Todos los sentidos se toman en cuenta desde el momento en que entra mientras el aroma ligeramente dulce de la lavanda lo alcanza y atrae hacia el santuario del spa. El menú del spa incorpora alimentos emparejados con cada tratamiento para enriquecer las papilas gustativas anticipando las experiencias que se avecinan para consentirse. El spa usa frutas, vegetales y hierbas en sus tratamientos, incluyendo exfoliaciones de azúcar, menta y coco y envolturas corporales de mango junto con manteca de sandía-papaya para el cuerpo. No se transmite ningún tipo de música, mas que el tranquilizador sonido del océano acariciando la orilla de la playa unos metros debajo.

Se sirve un té helado especial junto con un gazpacho de pepino, en seguida una brocheta de tomate, sandía y queso panela y una cerveza oscura. Después de 110 minutos de masaje oxigenador personalizado combinado con un facial orgánico de hierbas curativas que revitalizan y restauran la piel a su balance apropiado, disfrute de un delicioso ceviche de róbalo de mar verde, cubierto con un postre de crumble de durazno a la moda y vino de postre. Y luego no hacer nada. Simplemente capturar el mar frente a usted. La comodidad en su máxima expresión. Cuartos de tratamiento contiguos son ideales para parejas así como tratamientos especiales de futuras madres para mujeres embarazadas. El Spa Marino es uno de los dos spas dentro del resort, el otro está ubicado en la playa, con cinco cabañas, así como un salón de belleza.

**Sandra A. Berry, Associated Editor**



# A Spa Experience

## Sea Spa at Land's End Grand Solmar, Cabo San Lucas



Arriving at Grand Solmar Resort's Sea Spa is an experience in itself. Located where the land virtually ends at the tip of the Baja of Mexico and nestled amid natural rock formations, four spa cabanas are elevated, built on stilts high above the sandy beach with palm-thatched, palapa roofs.

A gentle walkway leads up to the four cabanas, each with a breath-taking view from private terraces overlooking the Sea of Cortés. Arrive early to take advantage of the steam room and seawater pool. Once given a locker and wrapped in a luxurious robe, a comfy lounge chair or lounge bed on the terrace beckons on which to relax before and after your treatment while gazing at the ocean. From December to April you might witness a show of migrating whales that come to frolic in the warm waters where the Pacific Ocean meets the Sea of Cortés.



All the senses are taken into consideration from the moment you enter as the slightly sweet aroma of lavender reaches you and draws you in to the sanctuary of the spa. The spa menu incorporates a food pairing with each treatment to enhance the taste buds while anticipating the pampering experiences to come. The spa uses fruits, vegetables and herbs in its treatments, including coconut mint sugar scrubs and mango body wraps along with watermelon papaya body butter. There is no piped-in music, only the soothing sounds of the ocean caressing the shore line a few feet below.



A special iced tea is served along with a cucumber gazpacho, then a tomato, watermelon and panela cheese skewer and a dark beer. After a 110-minute personalized oxygenating massage combined with an organic facial using healing herbs to revitalize and restore the skin to its proper balance, enjoy a delicious green sea bass ceviche, topped off with dessert of peach crumble a la mode and dessert wine. And then do nothing. Simply take in the sea in front of you. This is luxury at its best. Side-by-side treatment rooms are ideal for couples as well as special mommy-to-be treatments for pregnant women. The Sea Spa is one of two spas within the resort, the other located on the beach with five cabanas, as well as a beauty salon.

*Sandra A. Berry,  
Associated Editor*

### Proveedores Preferidos / Preferred Providers

Agave Spa	<a href="http://www.agavespa.mx">www.agavespa.mx</a>
All 4 Spas	<a href="http://www.all4spas.com">www.all4spas.com</a>
APP	<a href="http://www.appac.org.mx">www.appac.org.mx</a>
COOLA Suncare	<a href="http://www.satteva.com">www.satteva.com</a>
Design For Leisure	<a href="http://www.designforleisure.com">www.designforleisure.com</a>
Earthlite	<a href="http://www.earthlite.com">www.earthlite.com</a>
Eminence Organics	<a href="http://www.eminenceorganics.com">www.eminenceorganics.com</a>
ESPA Skincare	<a href="http://www.espaskincare.com">www.espaskincare.com</a>
Gharieni	<a href="http://www.gharieni.de">www.gharieni.de</a>
HELPO	<a href="http://www.hihelpo.com">www.hihelpo.com</a>
Hora Sexta	<a href="http://www.horasexta.it">www.horasexta.it</a>
Itecon Wellness	<a href="http://www.itecon.es">www.itecon.es</a>

### Cuidado de la piel / Skincare

#### Proveedores Mexicanos / Mexican Providers

All 4 SPAS	<a href="http://www.all4spas.com">www.all4spas.com</a>
Angeluz Spa	<a href="http://www.angeluzboutiquespa.com">www.angeluzboutiquespa.com</a>
Aromaterapia Esencial	<a href="http://www.aromaterapiaesencial.com.mx">www.aromaterapiaesencial.com.mx</a>
AspidPro	<a href="http://www.aspidpro.com">www.aspidpro.com</a>
Atache	<a href="http://www.symatache.com">www.symatache.com</a>
Aveda Corporation	<a href="http://www.neill.mx">www.neill.mx</a>
BIOBEL	<a href="http://www.biobel.com.mx">www.biobel.com.mx</a>
Californiana Tan	<a href="http://www.californiatan.com.mx">www.californiatan.com.mx</a>
Ecobelleza	<a href="http://www.ecobelleza.com.mx">www.ecobelleza.com.mx</a>
Germaine de Capuccini S.A.	<a href="http://www.germainedecapuccini.com.mx">www.germainedecapuccini.com.mx</a>
Gisele Delorme	<a href="http://www.gisele-delorme-mexico.net">www.gisele-delorme-mexico.net</a>
Jabotiere	<a href="http://www.jabotiere.com">www.jabotiere.com</a>
June Jacobs Spa Collection	<a href="http://www.peaumetique.com">www.peaumetique.com</a>
Kinich	<a href="http://www.kinich.com.mx">www.kinich.com.mx</a>
Kirel	<a href="http://www.institutokireispa.com">www.institutokireispa.com</a>
Klytia	<a href="http://www.klytia.com">www.klytia.com</a>
L'Jerome	<a href="http://www.viaggiui.com">www.viaggiui.com</a>
La Casa de la Esteticista	<a href="http://www.equipospa.com">www.equipospa.com</a>
Laboratorios TEGOR	<a href="http://www.tegor.com.mx">www.tegor.com.mx</a>
Lucy Garden	<a href="http://www.lucygarden.com">www.lucygarden.com</a>
Meditec	<a href="http://www.grupomeditec.com">www.grupomeditec.com</a>
Miguett	<a href="http://www.miguettmexico.com">www.miguettmexico.com</a>
Milady	<a href="http://www.milady-la.com">www.milady-la.com</a>
Natural Benefits	<a href="http://www.naturalbenefits.mx">www.naturalbenefits.mx</a>
Naturales Ain Spa\$	<a href="http://www.naturalesainspa.com">www.naturalesainspa.com</a>
Netzach	<a href="http://www.netzach.com.mx">www.netzach.com.mx</a>
Pakua	<a href="http://www.pakua.com.mx">www.pakua.com.mx</a>
Peaumetique	<a href="http://www.peaumetique.com">www.peaumetique.com</a>
Pevonia International, LLC	<a href="http://www.pevoniamexico.com">www.pevoniamexico.com</a>
PHYTOMER	<a href="http://www.phytomer.fr">www.phytomer.fr</a>
Pilar del Ángel	<a href="http://www.pilardelangel.com.mx">www.pilardelangel.com.mx</a>
PRICSA	<a href="http://www.pricsa.com.mx">www.pricsa.com.mx</a>
Primavera	<a href="http://www.primaveralife.com.mx">www.primaveralife.com.mx</a>
Revitalash	<a href="http://www.revitalashmexico.com">www.revitalashmexico.com</a>
Sans Soleil	<a href="http://www.bronceado.com.mx">www.bronceado.com.mx</a>
Selvert	<a href="http://www.selvertmexico.com">www.selvertmexico.com</a>
Simone Mahler Paris	<a href="http://www.simonemahlermexico.com">www.simonemahlermexico.com</a>
Sothys Mexico	<a href="http://www.sothys-mexico.com.mx">www.sothys-mexico.com.mx</a>
Starpil	<a href="http://www.starpil.com.mx">www.starpil.com.mx</a>
Tecno Salud	<a href="http://www.tecnosalud.com.mx">www.tecnosalud.com.mx</a>
Terapias de Salud	<a href="http://www.terapiasdesalud.com">www.terapiasdesalud.com</a>
Xocolatespa	<a href="http://www.xocolatespa.com">www.xocolatespa.com</a>
YAMHFRAL	<a href="http://www.yamhfral.com">www.yamhfral.com</a>
Zen-tir	<a href="http://www.zen-tir.com">www.zen-tir.com</a>

Live Love Spa	<a href="http://www.livelovespa.com">www.livelovespa.com</a>
Organic Male OM4	<a href="http://www.OM4men.com">www.OM4men.com</a>
Pitchbull	<a href="http://www.pitchbull.com">www.pitchbull.com</a>
Salt of the Earth	<a href="http://www.hannalaroch.mx/saltofeearth">www.hannalaroch.mx/saltofeearth</a>
Satteva Spa & Wellness	<a href="http://www.satteva.com">www.satteva.com</a>
Sensi	<a href="http://www.sensi.com">www.sensi.com</a>
Spa Equip	<a href="http://www.spaequip.com">www.spaequip.com</a>
Spa Aqua Cancun	<a href="http://www.spaaqua.net">www.spaaqua.net</a>
Spa Revolutions	<a href="http://www.sparevolutions.com">www.sparevolutions.com</a>
Tara Spa	<a href="http://www.taraspa.com">www.taraspa.com</a>
The Madison Collection	<a href="http://www.themadisoncollection.com">www.themadisoncollection.com</a>
Windsor Fitness	<a href="http://www.windsorfitness.mx">www.windsorfitness.mx</a>
Zenslotto	<a href="http://www.zenslotto.com">www.zenslotto.com</a>

#### Proveedores Internacionales / International Providers

Absolutely Natural	<a href="http://www.absolutely-naturalspa.com">www.absolutely-naturalspa.com</a>
Academie Scientifique de Beaute	<a href="http://www.AcademieBeaute.com">www.AcademieBeaute.com</a>
Actifirm	<a href="http://www.actifirm.com">www.actifirm.com</a>
Advanced Skin and Hair	<a href="http://www.advancedskinandhair.com">www.advancedskinandhair.com</a>
Ageless Aesthetics, Inc	<a href="http://www.agelessaesthetics.com">www.agelessaesthetics.com</a>
Alchimie Forever	<a href="http://www.alchimie-forever.com">www.alchimie-forever.com</a>
Anakiri BioEnergetic Skin Care	<a href="http://www.anakiri.com">www.anakiri.com</a>
AROMA HERBAL d.o.o.	<a href="http://www.aroma-herbal.si">www.aroma-herbal.si</a>
Aromatherapy Associates	<a href="http://www.aromatherapyassociates.com">www.aromatherapyassociates.com</a>
Avance	<a href="http://www.avanceskincare.com">www.avanceskincare.com</a>
Aveda Corporation	<a href="http://www.aveda.com">www.aveda.com</a>
B. Kamins, Chemist	<a href="http://www.bkamins.com">www.bkamins.com</a>
Babor Cosmetics America Corp.	<a href="http://www.babor.com">www.babor.com</a>
Beauty Prophet, LLC	<a href="http://www.kneippUS.com">www.kneippUS.com</a>
BeingTRUE	<a href="http://www.beingtrue.com">www.beingtrue.com</a>
Bella Vita	<a href="http://www.bv-spas.com">www.bv-spas.com</a>
BERJANGusa Inc.	<a href="http://www.nickelskincareformen.com">www.nickelskincareformen.com</a>
Biologique Recherche	<a href="http://www.biologique-recherche.us">www.biologique-recherche.us</a>
BioSols India Pvt. Ltd.	<a href="http://www.biosols.co.in">www.biosols.co.in</a>
Biotone Massage & Spa Products	<a href="http://www.biotone.com">www.biotone.com</a>
Body Bliss	<a href="http://www.bodybliss.com">www.bodybliss.com</a>
BODYCOFFEE	<a href="http://www.bodycoffee.com">www.bodycoffee.com</a>
Bon Vital Products	<a href="http://www.bonvital.com">www.bonvital.com</a>
Borghese Inc	<a href="http://www.borghese.com">www.borghese.com</a>
Carita	<a href="http://www.carita.com">www.carita.com</a>
Caswell-Massey	<a href="http://www.caswellmassey.com">www.caswellmassey.com</a>
CBI Laboratories Inc.	<a href="http://www.cbiskincare.com">www.cbiskincare.com</a>
Christina-USA	<a href="http://www.christina-cosmeceuticals.com">www.christina-cosmeceuticals.com</a>
Clarins	<a href="http://www.us.clarins.com">www.us.clarins.com</a>
ClariSea	<a href="http://www.clarisea.com">www.clarisea.com</a>
Clarisonic	<a href="http://www.clarisonic.com">www.clarisonic.com</a>
Comfort Zone USA	<a href="http://www.comfortzone.it">www.comfortzone.it</a>
Control Corrective Skincare Systems	<a href="http://www.eclarkintl.com">www.eclarkintl.com</a>
COOLA Suncare	<a href="http://www.coolasuncare.com">www.coolasuncare.com</a>
Cosmedix	<a href="http://www.cosmedix.com">www.cosmedix.com</a>
Dar`Tua Products inc.	<a href="http://www.dartua.com">www.dartua.com</a>
Darphin	<a href="http://www.darphin.com">www.darphin.com</a>
Decleor USA Inc.	<a href="http://www.decleor.com">www.decleor.com</a>
Dermalogica	<a href="http://www.dermalogica.com">www.dermalogica.com</a>
Dermophysiologique	<a href="http://www.dermophysiologique.com">www.dermophysiologique.com</a>
Deserving Thyme Inc.	<a href="http://www.deservingthyme.com">www.deservingthyme.com</a>
Dr. Hauschka Skin Care, Inc.	<a href="http://www.drhauschka.com">www.drhauschka.com</a>

### Cuidado de la piel / Skincare Proveedores Internacionales / International Providers

Edge Systems Corporation	<a href="http://www.edgesystem.net">www.edgesystem.net</a>	Natura Bisse International	<a href="http://www.neumabeauty.com">www.neumabeauty.com</a>
Elemis	<a href="http://www.elemis.com">www.elemis.com</a>	Naturopathica	<a href="http://www.norvellsunless.com">www.norvellsunless.com</a>
emerginC / Renature Skin Care	<a href="http://www.emerginc.com">www.emerginc.com</a>	OPI	<a href="http://www.opi.com">www.opi.com</a>
Eminence Organic Skin Care	<a href="http://www.eminenceorganics.com">www.eminenceorganics.com</a>	Organic Male OM4	<a href="http://www.OM4men.com">www.OM4men.com</a>
Epicuren Discovery	<a href="http://www.epicuren.com">www.epicuren.com</a>	OSEA	<a href="http://www.oseamalibu.com">www.oseamalibu.com</a>
Equibal Inc./Nufree	<a href="http://www.nufree.com">www.nufree.com</a>	Oxygen Biotherapeutics	<a href="http://www.oxybiomed.com">www.oxybiomed.com</a>
ESPA International (UK) Ltd.	<a href="http://www.espaonline.com">www.espaonline.com</a>	Parissa Laboratories Ltd.	<a href="http://www.parissa.com">www.parissa.com</a>
Essie Cosmetics Ltd.	<a href="http://www.essie.com">www.essie.com</a>	Pevonia International, LLC	<a href="http://www.pevonia.com">www.pevonia.com</a>
Eve Taylor (London) Limited	<a href="http://www.eve-taylor.com">www.eve-taylor.com</a>	Phytomer Corporation	<a href="http://www.phytomerusa.com">www.phytomerusa.com</a>
G.M. Collin Skincare	<a href="http://www.gmcollin.com">www.gmcollin.com</a>	Pino	<a href="http://www.pinospa.com">www.pinospa.com</a>
Gehwol Foot Care	<a href="http://www.gehwol-usa.com">www.gehwol-usa.com</a>	PREMIER SALONS INC	<a href="http://www.premiersalons.com">www.premiersalons.com</a>
Gemology USA	<a href="http://www.gemologyusa.com">www.gemologyusa.com</a>	Prima Fleur Botanicals	<a href="http://www.primafleur.com">www.primafleur.com</a>
Germaine de Capuccini S.A.	<a href="http://www.germaine-de-capuccini.com">www.germaine-de-capuccini.com</a>	PRIORI®	<a href="http://www.prioriskincare.com">www.prioriskincare.com</a>
GiGi	<a href="http://www.gigispa.com">www.gigispa.com</a>	Pure Fiji	<a href="http://www.purefiji.com">www.purefiji.com</a>
GlisODin Skin Nutrients	<a href="http://www.glisodinskin.com">www.glisodinskin.com</a>	Ready Care Industries	<a href="http://www.readycare.com">www.readycare.com</a>
gloProfessional	<a href="http://www.gloprofessional.com">www.gloprofessional.com</a>	Red Cherry Certified Organic Labs	<a href="http://www.redcherrygroup.com">www.redcherrygroup.com</a>
Glymed	<a href="http://www.glymedplus.com">www.glymedplus.com</a>	Repechage	<a href="http://www.repechage.com">www.repechage.com</a>
Good 4 U Design	<a href="http://www.widu.com">www.widu.com</a>	Romane Professional	<a href="http://www.romanefragrances.com">www.romanefragrances.com</a>
Guinot USA/Lachman Imports Inc.	<a href="http://www.guinotusa.com">www.guinotusa.com</a>	Salt of the Earth LLC	<a href="http://www.saltsoftheearth.net">www.saltsoftheearth.net</a>
HerbaSway Spa and Beauty	<a href="http://www.herbaswayspa.com">www.herbaswayspa.com</a>	Sanitas Skincare	<a href="http://www.sanitas-skincare.com">www.sanitas-skincare.com</a>
Hunter Amenities International (Acqua)	<a href="http://www.hunteramenities.com">www.hunteramenities.com</a>	Satin smooth	<a href="http://www.SatinSmooth.com">www.SatinSmooth.com</a>
Hygenic Corporation	<a href="http://www.biofreeze.com">www.biofreeze.com</a>	Shankara, Inc.	<a href="http://www.shankara.com">www.shankara.com</a>
Hylunia-Hymed	<a href="http://www.hylunia.com">www.hylunia.com</a>	Shea Radiance	<a href="http://www.shearadiance.com">www.shearadiance.com</a>
ilike organic skin care	<a href="http://www.szepelet.com">www.szepelet.com</a>	Shea Terra Organics	<a href="http://www.sheaterraorganics.com">www.sheaterraorganics.com</a>
Institut Esthederm	<a href="http://www.esthederm.com">www.esthederm.com</a>	Skin 2 Skin Care	<a href="http://www.skin2skincare.com">www.skin2skincare.com</a>
Intraceuticals	<a href="http://www.intraceuticals.com">www.intraceuticals.com</a>	Skin Authority	<a href="http://www.skinauthority.com">www.skinauthority.com</a>
IONITHERMIE U.S.	<a href="http://www.ionithermieus.com">www.ionithermieus.com</a>	SkinCeuticals	<a href="http://www.skinceuticals.com">www.skinceuticals.com</a>
Issimo International	<a href="http://www.issimo-usa.com">www.issimo-usa.com</a>	Sodashi	<a href="http://www.sodashi.com">www.sodashi.com</a>
ISUN Alive & Ageless Skincare	<a href="http://www.ISUNorganicskincare.com">www.ISUNorganicskincare.com</a>	Soleil Organique Skin Care, LLC	<a href="http://www.mersoleil.com">www.mersoleil.com</a>
Jan Marini Skin Research Inc.	<a href="http://www.janmarini.com">www.janmarini.com</a>	Somme Institute	<a href="http://www.sommeinstitute.com">www.sommeinstitute.com</a>
Janssen Cosmeceutical	<a href="http://www.janssen-beauty.com">www.janssen-beauty.com</a>	Sonoma Lavender	<a href="http://www.sonomalavender.com">www.sonomalavender.com</a>
June Jacobs Spa Collection	<a href="http://www.JuneJacobs.com">www.JuneJacobs.com</a>	Sothys USA Inc.	<a href="http://www.sothys-usa.com">www.sothys-usa.com</a>
Jurlique	<a href="http://www.jurlique.com">www.jurlique.com</a>	South Seas Skin Care	<a href="http://www.southseasskincare.com">www.southseasskincare.com</a>
HTI Collection, Ltd.	<a href="http://www.hticollection.com">www.hticollection.com</a>	Spa de Soleil	<a href="http://www.spadesoleil.com">www.spadesoleil.com</a>
Kahina Giving Beauty	<a href="http://www.kahina-givingbeauty.com">www.kahina-givingbeauty.com</a>	Spa Revolutions	<a href="http://www.SpaRev.com">www.SpaRev.com</a>
kaplanMD Inc.	<a href="http://www.kaplanmd.com">www.kaplanmd.com</a>	SpaRitual	<a href="http://www.sparitual.com">www.sparitual.com</a>
KENMEN INC.	<a href="http://www.kenmen.com">www.kenmen.com</a>	Spiller U.S.	<a href="http://www.spillerus.com">www.spillerus.com</a>
Kerstin Florian International	<a href="http://www.kerstinflorian.com">www.kerstinflorian.com</a>	Spongeables, LLC	<a href="http://www.spongeable.com">www.spongeable.com</a>
Kneipp	<a href="http://www.kneippus.com">www.kneippus.com</a>	Steiner Leisure	<a href="http://www.steinerleisure.com">www.steinerleisure.com</a>
KUMANI essentials	<a href="http://www.kumaniessentials.com">www.kumaniessentials.com</a>	Stogryn Sales Ltd.	<a href="http://www.stogryn.ca">www.stogryn.ca</a>
La Bella Donna	<a href="http://www.LabellaDonna.com">www.LabellaDonna.com</a>	StriVectin	<a href="http://www.strivectin.com">www.strivectin.com</a>
Lexli International Inc	<a href="http://www.lexli.com">www.lexli.com</a>	Sundari	<a href="http://www.sundari.com">www.sundari.com</a>
Ligne St Barth	<a href="http://www.lignestbarth.com">www.lignestbarth.com</a>	SunFX America, LLC	<a href="http://www.sunfxamerica.com">www.sunfxamerica.com</a>
Lindi Skin	<a href="http://www.lindiskin.com">www.lindiskin.com</a>	Sunless Inc.	<a href="http://www.versaspa-mystictan.com">www.versaspa-mystictan.com</a>
Lisa Jadis	<a href="http://www.lisajadis.com">www.lisajadis.com</a>	Supracor Inc.	<a href="http://www.supracor.com">www.supracor.com</a>
LJ LaRocca, Inc	<a href="http://www.larocaskincare.com">www.larocaskincare.com</a>	SweetSpot Labs	<a href="http://www.sweetspotlabs.com">www.sweetspotlabs.com</a>
L'Occitane en Provence	<a href="http://www.loccitane.com">www.loccitane.com</a>	Swiss Skin Repair, Inc.	<a href="http://www.swisskinrepair.com">www.swisskinrepair.com</a>
Luzern Labs, Inc.	<a href="http://www.LuzernLabs.com">www.LuzernLabs.com</a>	TARA Spa Therapy Inc.	<a href="http://www.taraspa.com">www.taraspa.com</a>
Mama Mio	<a href="http://www.mamamio.com">www.mamamio.com</a>	THALGO America	<a href="http://www.Thalgo.com">www.Thalgo.com</a>
MARIS	<a href="http://www.marisnaturals.com">www.marisnaturals.com</a>	The Industry Source	<a href="http://www.tngworldwide.com">www.tngworldwide.com</a>
Matis Paris - MD Corrective Care	<a href="http://www.c3spadistribution.com">www.c3spadistribution.com</a>	USwiss Skin	<a href="http://www.uswiss.us">www.uswiss.us</a>
McEvoy Ranch	<a href="http://www.mcevoyranch.com">www.mcevoyranch.com</a>	Valmont	<a href="http://www.evalmont.com">www.evalmont.com</a>
MD Skincare® by Dr. Dennis Gross	<a href="http://www.mdskincare.com">www.mdskincare.com</a>	Wilma Schumann Skin Care Inc	<a href="http://www.wilmaschumann.com">www.wilmaschumann.com</a>
Microplane Personal Care	<a href="http://www.microplane.com">www.microplane.com</a>	YG Laboratories	<a href="http://www.yglabs.com">www.yglabs.com</a>
Murad Inc.	<a href="http://www.murad.com">www.murad.com</a>	Yon-Ka Paris	<a href="http://www.YonKaUSA.com">www.YonKaUSA.com</a>
NEUMA	<a href="http://www.naturabisse.com">www.naturabisse.com</a>	Yum Gourmet Skincare	<a href="http://www.yumskincare.com">www.yumskincare.com</a>
Norvell Skin Solutions	<a href="http://www.naturopathica.com">www.naturopathica.com</a>	Zents Body Care	<a href="http://www.zents.com">www.zents.com</a>
		Zephyr Pacific Distributors, Ltd	<a href="http://www.comodynes.net">www.comodynes.net</a>
		ZO Skin Health by Zein Obagi, MD	<a href="http://www.zoskinhealth.com">www.zoskinhealth.com</a>



Por el agua  
o por la orilla ... Sensi®

- Hechas en Italia por +50 años
- Impermeable
- Fácil de desinfectar y antimicrobiano
- Diseño y tecnología patentada

***¡Las mejores sandalias del mundo!***

Para mayor información,  
contáctenos en:

+1 (561) 223-2220  
[www.Sensi.com](http://www.Sensi.com)  
[Ventas@Sensi.com](mailto:Ventas@Sensi.com)



100%  
WATERPROOF



THE WAVE THONG - COBALT & BLACK (ALSO AVAILABLE IN KHAKI)