

spa) professional méxico

www.spaprofessionalmexico.com

Para Conocedores de Spa y Profesionales de la Industria
For Spa Connoisseurs and Industry Professionals alike

Tenencias de Spa
y Bienestar 2015

Spa & Wellness
Trends 2015

Primavera 2015 Vol 17

Diseños de Uniformes Excepcionales, Primeras Impresiones Sobresalientes

¿Quién dice que no puede estar a la moda y funcional al mismo tiempo?

En Fashionizer Spa Uniforms sabemos de estilo y las necesidades de los entornos de spa y salón de belleza. Es por eso por lo que muchos clientes de lujo nos han elegido como su proveedor uniforme.



Fashionizer Spa Uniforms ofrece tanto colecciones catálogo y uniformes personalizados realizados en tejidos naturales y orgánicos. Disponible en todos los tamaños.

FASHIONIZER
SPA UNIFORMS™

Llámenos al: 1.888.641.4010
www.fsuniforms.com



Publishing Company

Araspa Group S de RL de CV

Editor in Chief

Sara Jones

Contributors

Stacy Conlon

Sonal Uderoi

Translation

Neilyn Valero

Karla Bianculli

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:

editorial@spaprofessionalmexico.com

Presentar noticias para la industria del spa:

Submit news for spa industry:

news@spaprofessionalmexico.com

Para anunciar con nosotros contacto:

To advertise with us contact:

ventas@spaprofessionalmexico.com

sales@spaprofessionalmexico.com

Cover Image:

Sense, A Rosewood Spa, Rosewood Mayakoba
Riviera Maya

www.spaprofessionalmexico.com

©2015 Araspa Group S de RL de CV

All rights reserved. No part of this periodical may be reproduced without the written consent of *Spa Professional México*

Foto por: Rachel Perry de Shrank



Carta Editorial

Editor's Letter

El inicio de un nuevo año siempre trae un tiempo para la reflexión y el pensamiento del futuro. El año pasado hubo un gran salto en cuanto a la presencia de bienestar y turismo de bienestar. Hoy en día gobiernos y oficinas de turismo a nivel mundial lo consideran un aspecto muy importante. Aquí en México, tenemos la gran oportunidad de ofrecer algunas experiencias excepcionales de bienestar a los viajeros que visitan éste increíble país desde todo el mundo. Con la Cumbre Global de Bienestar (Global Wellness Summit) que viene a la Ciudad de México en noviembre, estamos en ventaja de llevar nuestra industria de spa y bienestar aquí en México a la vanguardia del turismo.

Este año las tendencias de spa publicados por SpaFinder Wellness 365 proporcionan información sobre las áreas de spa y bienestar para el crecimiento. ¿Cómo pueden ser utilizadas en la industria del spa y bienestar aquí en México? Si su empresa puede ir mas allá de sus expectativas y comienza a ofrecer algunas de estas experiencias se puede alcanzar altos beneficios al atraer el bienestar internacional del turista. Se ha demostrado que los viajeros internacionales de bienestar gastan un 59% más que los viajeros regulares. ¿Quisiera ser parte de sus atractivos?

¿Cómo controla su propio bienestar? ¿Qué pasa con el bienestar de los miembros de su equipo y de los que te rodean? Nos fijamos en la Triple Wellness Win; ¿realmente podemos proporcionar bienestar a los demás si no nos centramos en nosotros mismos? Aprenda a crear un ambiente de bienestar dentro de su lugar de trabajo y vea los efectos positivos dentro de la empresa y, posteriormente, en el nivel de servicio que se le da al cliente.

¡Disfruta!

Editor's letter

The start of a new year always brings a time for reflection and thoughts of the future. The last year saw a huge leap forward in the presence of wellness and wellness tourism, which is now considered an important tourism segment around the globe by governments and tourism boards. Here in Mexico, we have a great opportunity to deliver some outstanding wellness experiences to travellers visiting this incredible country from around the world. With the Global Wellness Summit coming to Mexico City in November we are poised to bring our spa and wellness industry here in Mexico to the forefront of tourism.

This year's spa trends published by SpaFinder Wellness 365 provide insight into the areas of spa wellness set for growth. How can these be utilized in the spa and wellness industry here in Mexico? If your business can get ahead of the curve and start offering some of these experiences you could reap the rewards of attracting the international wellness traveler. International wellness travelers have been shown to spend 59% more than regular travelers. Wouldn't you want some of their business?

How do you manage your own wellness? What about the wellness of your team members and others around you? We look at the Triple Wellness Win; can we really provide wellness to others if we do not focus on our own? Learn how to create an environment of wellness within your workplace and see the positive effects within the business and subsequently in the level of customer service provided.

Enjoy!

Sara Jones

Editor

sara@spaprofessionalmexico.com

Escanee el Código QR con su smartphone para recibir nuestra newsletter, e-encuesta e ofertas exclusivas.

Scan this QR Code with your smartphone to receive our newsletter, e-survey and exclusive offers.





**GLOBAL WELLNESS
SUMMIT** **M E X I C O**
CITY 2015

We're building a well world
and you're part of it.

Join us in Mexico City for the Ninth Annual
Global Wellness Summit November 13-15,
at The St. Regis Mexico City.

Building a Well World

GLOBALWELLNESSSUMMIT.COM

Tourism

Economy

Latin
America

Workplace
Wellness

Architecture

Fitness

Medicine

Beauty

Spa

Education



Contenido

Presenta

- 7. Triple Wellness Win
- 12. Cómo Atraer Más Negocio A Un Spa En Un Hotel
- 19. Detox

Noticias

- 20. SpaFinder Wellness Top 10 Tendencias de Spa y Bienestar para el 2015

Productos

- 26. Los Mejores Limpiadores
- 27. Los Mejores Tónicos
- 29. Selección del Editor
- 30. Blanqueamiento Dental

Una Experiencia de Spa

- 31. Sense Spa, Rosewood Mayakoba

Eventos

- 33. Eventos

Proveedores

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



LaNatura

Beauty isn't a secret, its a lifestyle

www.LaNaturaSpa.com

Retail

Wholesale

Spa

Private Label



As Nature Intended

We harness the best that nature has to offer by combining healing essential oils with potent organic botanicals, thereby ensuring the maximum benefits and rejuvenating properties in each natural body treatment and product.

Private Label Made Easy

LaNatura now offers small batch private labeling to match your bulk/professional selections. Minimums are as low as 100 units per products with short lead time.

Formulated Without

Parabens, Sulfates, Mineral Oil, Petrolatum, PABA, Propylene Glycol, Paraffin, Formaldehyde, Animal Testing or Ingredients.



Contact Us and Learn what LaNatura can do for your Spa, Resort, Hotel or Boutique
Office: 323 766 0060 Toll-Free: 800 352 6288 Fax: 323 766 0064
info@lanatura.com

5 Maneras Simples Los Líderes Pueden Reducir El Estrés En El Lugar De Trabajo Y Crear Un “Triple Wellness Win”

El estrés es la causa básica de 60% de todas las enfermedades humanas, según el Instituto Americano del Estrés. 77% de las personas experimentan regularmente síntomas físicos causados por el estrés y el 73% experimentan regularmente síntomas psicológicos causados por el estrés.

Como líderes en una industria en la que ofrece a sus clientes una experiencia de bienestar, es especialmente importante ser consciente de su propio nivel de estrés y el nivel de estrés de su empleado. Si no se controla, puede causar baja productividad, alta rotación, la falta de comunicación, la infelicidad general y eventualmente puede conducir al desgaste. Esto puede tener un impacto negativo, sus empleados y en última instancia sus clientes / huéspedes.

Uno de los antídotos más sencillos y eficaces para el estrés es practicar la atención plena. La atención plena es prestar atención, a propósito, para el momento presente, sin juzgar y con plena aceptación.

En el reciente Foro Económico Mundial en Davos, Suiza, sesiones

de atención plena (mindfulness) diarias entraron en el programa por primera vez. Según Susie Ellis, varios consejeros delegados allí reconocieron que la atención plena tiene un impacto en el lugar de trabajo: reduce el estrés, mejora el sentimiento de bienestar y promueve la calma, la claridad y la creatividad. Programas de entrenamiento de atención plena están ahora en grandes empresas de todo el mundo desde Google a Goldman Sachs.

La evidencia científica reciente indica que las técnicas de atención plena, como la meditación, literalmente cambia vías nerviosas en el cerebro. Ahora se ha demostrado que sirve para reducir la ansiedad, el miedo y el estrés y aumentar la capacidad de aprender, retener la información, ser resistente y regular las emociones. En general, la práctica de la meditación crea una sensación general de felicidad y bienestar personal.

Así que, ¿cómo crear una cultura de la atención plena? Todo comienza con usted. Si usted es mejor en gestar su propio estrés y mantener la calma en situaciones de estrés,

más fácil será para sus empleados el mantener la calma. Y si sus empleados son más tranquilos, imagine el efecto positivo que tendrá en sus clientes. Esto es lo que me gusta llamar el Triple Wellness Win (ganancia triple de bienestar).

Aquí están cinco técnicas rápidas, prácticas y sencillas que usted y sus empleados pueden utilizar para aumentar atención plena y reducir el estrés en el lugar de trabajo.

Consejo # 1: Parar y Tomar 3 Respiraciones Conscientes

Cuando se empieza a sentir esa sensación familiar de estrés entrando a su mente y el cuerpo, la cosa más importante que puede hacer es simplemente darse cuenta y aceptarlo. A continuación, tome un momento para hacer una pausa en su actividad actual, cerrar los ojos y tomar tres respiraciones conscientes. Una respiración consciente es una respiración lenta y profunda en la que enfocas tu mente simplemente en la sensación de la respiración. Luego, abre los ojos y observa cómo te sientes.



Consejo # 2: Tome un Camino Consciente

Un Camino Consciente es una forma de meditación consciente de que se puede hacer sin tomar tiempo en el transcurso de su día. La próxima vez que camine, en lugar de permitirse a si mismo el perderse en los pensamientos del pasado o del futuro, preste atención al momento presente. Concéntrese en la sensación de caminar, y tomar conciencia de los pies haciendo contacto con el suelo.

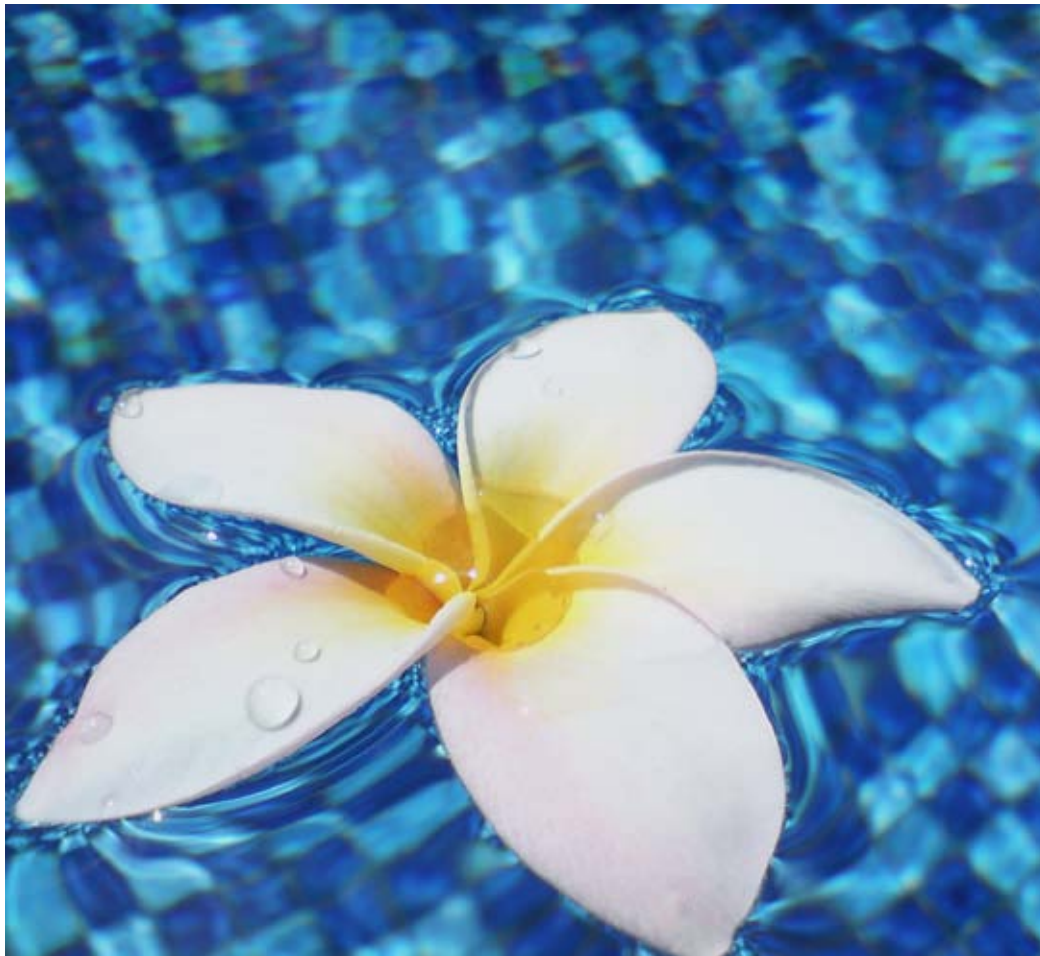
Si necesita comprometerse más plenamente en su atención, cuente los pasos del uno al cinco, y luego volver a uno de nuevo. Si es posible, mantenga un ritmo lento con el fin de ralentizar su mente. Puede hacerlo esto en cualquier momento, mientras camine de una parte de su lugar de trabajo (ya sea spa, resort, hotel, oficina, etc.) a otro, o por unos minutos durante un descanso.

Consejo # 3: Escuchar con Atención

La atención plena es también de estar completamente presente para los demás. Cuando usted está comprometido y verdaderamente escuchando a alguien, sientes una conexión mayor. Si alguien siente que aprecias lo que tienen que decir, entonces se sienten como un individuo más valorado y van a querer conectarse con usted. Por otro lado, si se sienten que usted no está realmente escuchando, no van a sentirse importantes y no pueden sentirse como estar cerca de ti. De cualquier manera, tiene un efecto dominó.

Consejo # 4: Haga una Pausa y Utilizar Palabras Conscientes

La otra cara de escuchar con atención es ser consciente de cómo expresar sus pensamientos. Sus palabras, tono de voz y lenguaje corporal tienen un gran impacto en la forma en que otras personas lo interpretarán a usted. Así, la próxima vez que usted este teniendo una conversación, práctica haciendo una pausa de 2-3 segundos antes de hablar. Esto le permitirá estar presente en el momento y responder con mayor claridad. Esta ralentización le permite estar más tranquilo, y por lo tanto que la otra persona se sienta



más a gusto y con una sensación de paz con la oportunidad de entrar en la conversación.

Consejo # 5: Establecer una Intención

En nuestras vidas ocupadas, podemos estar tan enfocados en el "hacer" que nos olvidamos de que somos "seres" humanos. Una de las técnicas más poderosas pueden ser la creación de un propósito, y esto se puede hacer de dos maneras. La primera forma es escribir en privado un propósito en el comienzo de su día. Por ejemplo; mi propósito de hoy es estar centrado, tranquilo, amable y productivo. La segunda manera en que usted puede utilizar esta herramienta es establecer públicamente su propósito al comienzo de una reunión. Por ejemplo; el propósito de esta reunión es encontrar una solución de ganar-ganar para el principal punto de la agenda. Estas palabras se imprimen en nuestra mente subconsciente para que, literalmente, al final del día o al final de una reunión se encontrará y comportará de manera diferente y llegará a soluciones sin ningún

esfuerzo consciente. Esta práctica tiene la posibilidad de cambios de actitudes y perspectivas para nosotros y los demás.

El uso de estas herramientas de atención plena rápidas y sencillas puede ayudar a reducir drásticamente el estrés en el lugar de trabajo. Con un estado más tranquilo de la mente, usted puede concentrarse más fácilmente, tomar mejores decisiones, ser más creativos, tener una mayor capacidad de ver el panorama general - y sobre todo a ser una persona más feliz y saludable.

El bienestar viene de arriba hacia abajo. Si usted puede ver las consecuencias a largo plazo de sus acciones diarias, y las de su organización, se convierte en algo más que un líder - te conviertes en un visionario.

5 Simple Ways Leaders Can Reduce Stress in the Workplace and Create a “Triple Wellness Win”

Stress is the basic cause of 60% of all human illness and disease, according to the American Institute of Stress. Seventy-seven percent of people regularly experience physical symptoms caused by stress and 73% regularly experience psychological symptoms caused by stress.

As leaders in an industry where you offer your customers an experience of wellness, it's especially important to be aware of your own and your employee's level of stress. Left unchecked, it can cause low productivity, high turnover, poor communication, general unhappiness and may eventually lead to burnout. This can negatively impact you, your employees and ultimately your customers/guests.

One of the simplest and most effective antidotes to stress is practicing mindfulness. Mindfulness is paying attention, on purpose, to the present moment, non-judgmentally and with full acceptance.

At the recent World Economic Forum in Davos, Switzerland, daily mindfulness sessions entered the agenda for the first time. According to Susie Ellis, several CEOs there acknowledged that mindfulness has an impact on the workplace: it reduces stress, improves the sentiment of wellness and promotes calmness, clarity and creativity. Mindfulness training programs are now in large companies around the world from Google to Goldman Sachs.

Recent scientific evidence reports that practicing mindfulness techniques, such as meditation, literally changes neural pathways in the brain. It's now proven to reduce anxiety, fear and stress and increase the ability to learn, retain information, be resilient and regulate emotions. In general, practicing meditation creates an overall sense of happiness and

www.spaprofessionalmexico.com



personal wellbeing.

So, how do you create a culture of mindfulness? It all begins with you. The better you are at managing your own stress and remain calm in stressful situations, the easier it will be for your employees to remain calm. And if your employees are calmer, imagine the positive effect it will have on your customers. This is what I like to call the Triple Wellness Win.

Here are five quick, practical and simple techniques you and your employees can use to increase mindfulness and reduce stress in the workplace.

Tip #1: Stop and Take 3 Mindful Breaths

When you begin to feel that familiar feeling of stress entering your mind and body, the most important thing you can do is to simply notice and accept it. Next, take a moment to

pause from your current activity, close your eyes and take three mindful breaths. A mindful breath is a slow, deep breath during which you focus your mind simply on the sensation of breathing. Then, open your eyes and notice how you feel.

Tip #2: Take a Mindful Walk

Mindful walking is a form of mindfulness meditation that you can do without making time for it during the course of your day. Next time you walk, instead of allowing yourself to get lost in thoughts of the past or future, pay attention to the present moment. Focus on the sensation of walking, and become aware of your feet making contact with the ground. If you need more to fully engage your attention, count your steps from one to five, then go back to one again. If possible, keep a slow pace so as to slow your mind. You can do this any time, while walking from one part of your workplace (be it spa, resort, hotel,

office etc.) to another, or for a few minutes during a break.

Tip #3: Listen Intently

Mindfulness is also about being fully present for others. When you are engaged and truly listening to someone, you feel a greater connection. If someone feels like you appreciate what they have to say, then they feel like a more valued individual and they are going to want to connect with you. On the other hand, if they feel like you aren't really listening, they won't feel important and they may not feel like being around you. Either way, it has a ripple effect.

Tip #4: Pause and Use Mindful Words

The other side of listening intently is being mindful about how you

express your thoughts. Your words, tone of voice and body language have a huge impact on how other people will interpret you. So, the next time you are having a conversation, practice by pausing 2-3 seconds before you speak. This will allow you to become present in the moment and respond more clearly. This slowing down allows you to become calmer, and therefore the other person feels more at ease and a sense of peace has the opportunity to enter the conversation.

Tip #5: Set An Intention

In our busy lives, we can be so focused on "doing" that we forget that we are human "beings." One of the most powerful techniques can be to set an intention, and this can be done in two ways. The first way is to privately write down an

intention of who you want to be at the beginning of your day. For example, My intention for today is to be focused, calm, kind and productive. The second way you can use this tool is to publicly set an intention at the beginning of a meeting. For example, The intention for this meeting is to find a win-win solution for the main item on the agenda. These words imprint themselves into our subconscious minds so that literally by the end of the day or the end of a meeting you will find yourself behaving differently and coming to solutions without any conscious effort. This practice has the ability to change attitudes and perspectives for ourselves and others.

Using these quick and simple mindfulness tools can help drastically reduce stress in the workplace. With a calmer state of mind, you can concentrate more easily, make better decisions, become more creative, gain a greater ability to see the big picture – and overall become a happier, healthier person.

Wellness comes from the top down. If you can see the far-reaching consequences of your daily actions, and those of your organization, you become more than just a leader – you become a visionary.

Article by Stacy Conlon
Stacy Conlon is the founder of The Zen Media Group, LLC and has 14 years of experience in wellness and hospitality sales and marketing. Also known as @TheZenGirl in the social media world, she delivers seminars, workshops and trainings to spa and wellness businesses worldwide. She holds her Wellness Coaching Certification from Wellpeople, developed by Dr. Jack Travis, the founder of America's first wellness center. Most recently, Stacy is leading mindfulness sessions for startups and established companies in the Bay Area, California.





Personal, Portable, Powerful

All Time Favorite



OxyDerm[®] & OxyCalming[™] Serum

Ozone High Frequency Device



Scan it or contact your local spa stores for more information

www.TEISpa.com | 818.772.8686



Cómo Atraer Más Negocio A Un Spa En Un Hotel

Los spas de hoteles en general, desde los spas de hoteles urbanos a los spas de resorts, disfrutan de varios beneficios de los que otros spas no disponen: una base de clientes formada por los huéspedes del hotel en su propia puerta, la oportunidad de aprovechar los recursos de su hotel (Finanzas, Marketing, Servicio de Limpieza, Ingeniería, por mencionar sólo algunos), y la opción de pedir ayuda al director general del hotel cuando sea necesario.

Sin embargo, estos beneficios vienen acompañados de un conjunto diferente de desafíos, tales como:

1. Aumentar las tasas de captura de huéspedes.
2. Incrementar la repetición de visitas por parte de un mismo huésped.
3. Estimular las ventas al público.
4. Atraer clientela local (que no sea del hotel).

Aparte de estos desafíos más habituales, cada tipo de hotel spa tiene sus propias dificultades únicas, dependiendo del tipo de hotel en el que se encuentre. En este artículo, vamos a echar un vistazo más de cerca a qué pueden hacer los gerentes de los spas de hoteles urbanos y de los spas de resorts para impulsar sus negocios.

Lo que pueden los spas en los

resorts para impulsar su negocio

Como regla general, cuando se trata de spas de hoteles, los spas de los resorts obtienen mayores tasas de captura de huéspedes que los spas de los hoteles urbanos. Esto se debe a que los huéspedes de los destinos de resorts viajan, predominantemente, por motivos de ocio: la gente está o bien de vacaciones, con ganas de explorar un nuevo destino, o en busca relax y descanso. Por lo tanto, estas personas son más propensas a visitar el spa del resort.

Sin embargo, a pesar de que los spas de los resorts, en general, disfrutan de mejores tasas de captura de huéspedes que los spas de hoteles urbanos, los primeros también se enfrentan sus propios desafíos:

1. Aumentar la tasa de captura de huéspedes (dado que el spa depende, principalmente, de los huéspedes del hotel para sus ingresos).
2. Animar a los huéspedes a visitar el spa más de una vez durante su estancia.
3. Competir con otras actividades de su resort o su área.

Hemos aquí 5 maneras cómo los resort spas pueden superar estos habituales desafíos para impulsar su negocio:

1. Integrarse a la perfección con su resort

Los huéspedes del hotel son el mercado principal de los spas de los resorts. Esta es la razón por la cual dichos spas deben confiar en gran medida en el resto del equipo del hotel para impulsar el negocio. Asegúrese de establecer relaciones con todos los empleados del hotel que estén en constante contacto con los clientes, desde el personal de Recepción, Conserjería y la Gobernanta hasta Alimentos y Bebidas. Comparta las noticias y promociones diarias de su spa para que otros miembros del personal las extiendan. Invite a los miembros clave del equipo a probar sus experiencias de spa y, junto con otros jefes de departamento, desarrolle programas de incentivos atractivos para fomentar iniciativas de venta cruzada. Disponer de un spa que esté completamente integrado con el resto del hotel le permitirá obtener el apoyo que necesita para atraer más visitas a su spa.

2. Aproveche el panorama más general

Los ingresos totales de spa, en general, representan entre 1% y 10% del total de los ingresos del hotel. Por ello, los spa managers, a veces, sienten que su gerente general sólo presta el 10% de su atención al spa. Sin embargo, ser parte del ecosistema de un hotel tiene sus ventajas. Por ejemplo, puede

acceder al programa de fidelización de su hotel para agregar servicios de spa o trabajar con su gerente de ingresos y distribución para ver cómo se puede incluir su spa en los diferentes paquetes de Habitaciones, y Alimentos y Bebidas. Con un software de gestión de spa conectado al software de su hotel, usted puede enviar mensajes de correo electrónico y promociones dirigidas a los huéspedes VIP del hotel, a los titulares de tarjetas de fidelidad y a otros huéspedes habituales y asegurarse, de este modo, más reservas.

3. Céntrese en la frecuencia

Los huéspedes de los resorts tienden a realizar estancias medias más largas que los de los hoteles urbanos y también son más propensos a visitar el spa del hotel, pero eso no significa necesariamente que estos clientes se sometan a más de un tratamiento de spa durante su estancia. La implementación de una política de fijación de precios dinámica, combinando tratamientos con otras actividades de wellness en paquetes atractivos, que incorporen terapias locales auténticas en su oferta de tratamiento, y creando actividades que permitan que los niños se involucren, animarán a los clientes a visitar su spa con más frecuencia durante su estancia. Los spas son, cada vez más, espacios sociales y familiares, por lo que deben adaptar su menú a dicha tendencia.

4. Fije los precios según su región

Sea coherente en cuanto a su estrategia de precios y oferta de servicios. Es un reto cobrar el mismo precio por los mismos servicios en todo el mundo. Su cliente podría estar dispuesto a gastar más de \$200 por un masaje en EE.UU., pero podría no estar dispuesto a hacerlo en un spa en Camboya. Adaptar sus precios y menú de tratamientos a su ubicación y su mercado hará que los huéspedes del hotel estén más dispuestos a reservar servicios múltiples en su spa.

5. Aproveche el tiempo

En la industria hotelera, la duración media de la estancia en hoteles resort tiende a ser más larga que en los hoteles urbanos. Del mismo modo, en los spas de los resorts, el tiempo medio de tratamiento tiende a ser más largo que en los spas de los hoteles urbanos (hasta 80 minutos). Aproveche esta ventaja de tiempo para aumentar la ocupación de spa y los precios promedio de tratamiento, además de reducir el tiempo perdido en la preparación y limpieza entre tratamientos durante la hora punta. Es más fácil cobrar más por los tratamientos más largos, al mismo tiempo que mantiene los costos del producto. Por ejemplo, el costo del producto para un masaje de 80 minutos es más o menos el mismo que en el

de 50 minutos, pero se puede cobrar mucho más por un servicio más largo.

Los spas de los resorts que se centran en fomentar que los huéspedes del hotel visiten con mayor frecuencia el spa durante su estancia estarán mejor equipados para impulsar su negocio. La forma de comercializar su spa y de atender al cliente del resort es fundamental. Cuánto más visible e integrado esté su spa, y cuánto más creativo sea usted en el desarrollo de paquetes a medida, más dispuestos estarán los huéspedes a visitar su spa varias veces durante su estancia en el resort.

A continuación, vamos a echar un vistazo a cómo los spas en hoteles urbanos pueden atraer más negocio.

¿Cómo impulsar su negocio de spa en un hotel urbano?

Las tasas de captura de huéspedes de los spas de hoteles urbanos varían considerablemente en todo el mundo. Por ejemplo, en China, éstas llegan a ser tan bajas como el 1%, y en las Filipinas y algunos lugares de Europa las cifras pueden llegar a ser hasta el 10%. Con esta tasa de captura relativamente baja, los spa managers se encuentran bajo una enorme presión para cumplir con sus objetivos de ingresos.

Dado que la duración de la estancia media en los hoteles urbanos es baja y que su clientela se encuentra, predominantemente, de viaje de negocios o asiste a reuniones o conferencias, a los spas de dichos hoteles les resulta difícil capturar este tipo de huéspedes. Por tanto, el foco de los spas urbanos debe ser aprovechar otras fuentes de ingresos y ponerse como objetivo otro tipo de clientes adicionales para impulsar el negocio.

Hemos aquí 5 maneras cómo los spas en los hoteles urbanos pueden atraer más negocio:

1. Vuélvase competitivo

Los spas de hoteles urbanos se enfrentan, normalmente, a mucha competencia de otros spas de día de su área que ofrecen servicios tanto de bajo presupuesto como de alta gama. Si gestiona un spa en un hotel urbano, la primera cosa que debe hacer para atraer más negocio es analizar su entorno competitivo. Identifique quiénes son sus competidores directos e indirectos y defina claramente las fortalezas y debilidades de su spa, en comparación. Luego, divida su público objetivo en dos segmentos de clientes diferentes: los huéspedes del hotel y los clientes que son residentes locales. Una vez que haya identificado su público objetivo y el de sus competidores,

podrá crear un menú de servicios a medida a su mercado, y un plan de marketing que atraerá nuevos clientes a su spa.

2. Ofrezca precios preferenciales

La percepción general entre la clientela local es que los spas de los hoteles tienden a ser extremadamente caros. Es importante derribar esta barrera del precio. Identifique el precio aceptable de cada uno de sus segmentos de clientes y, junto con su Director de Ingresos y Distribución, cree tarifas diferenciadas favorables para la clientela local. Algunos ejemplos de precios preferenciales serían: afiliaciones, precios para los horarios de menos afluencia de público, promociones para los clientes locales y programas de fidelidad, por nombrar algunos. Su base de clientes externos crecerá una vez que los residentes locales perciban que están recibiendo un trato y precio preferenciales.

3. Use propuestas de venta exclusivas

Aproveche las instalaciones y otros beneficios que los spas de día de la competencia podrían no tener. Por ejemplo, podría incluir el uso del gimnasio, la sauna y la piscina del hotel en sus membresías del spa. Otros beneficios, tales como descuentos en los restaurantes y bares de su hotel o tarifas especiales para habitaciones, también tienden a ser atractivos para los residentes locales. Para los huéspedes de negocios del hotel, organice tratamientos mini durante los descansos de las reuniones para persuadir a estos clientes a incluir unos momentos de relax en su apretada agenda.

4. Aumente su visibilidad en su hotel y comunidad

Asegúrese de que el mensaje de su spa es claramente visible y está adaptado a cada uno de sus públicos. Para los clientes locales, considere hacer publicidad o campañas en las redes sociales que se centren en los tratamientos más asequibles. Dentro del hotel, el spa debe mencionarse en todos los materiales de marketing y señalizaciones. Haga que su equipo de spa distribuya vales a los huéspedes interesados, en el vestíbulo del hotel y al conserje, para animar a estas personas a visitar el spa. También puede hacer ofertas especiales dirigidas a los clubes y a los pisos ejecutivos para atraer clientes VIP.

5. Construya una identidad fuerte para su marca

La marca de su spa debe tener una identidad separada del hotel. Cree una sólida presencia de su spa, online y offline. Construya una base de datos de clientes locales para hacerles llegar

correos electrónicos específicos. Utilice la base de datos del hotel para llegar a clientes potenciales del hotel o a grupos que pudieran estar interesados en sus servicios de spa. Tener una identidad única le permitirá acceder a los huéspedes de su hotel y a los mercados de clientes locales con más éxito.

En resumen: los spas de hoteles urbanos deben centrarse en aprovechar su mercado local, así como en atender

a los clientes de su hotel. Entender que existen limitaciones en las tasas de captura de huéspedes del hotel y explorar alternativas de flujos de ingresos ayudará a los spas en hoteles urbanos a impulsar su negocio.

Sonal Uberoi

Sonal Uberoi crea spas rentables por todo el mundo. Los spas, los grupos hoteleros y las empresas dedicadas al bienestar contratan

a Sonal Uberoi para diseñar, configurar y gestionar sus negocios de wellness. Sus conocimientos financieros y del sector, y sus numerosas habilidades derivadas de su amplia experiencia en operaciones a nivel mundial hacen de ella la profesional de referencia para soluciones de optimización de negocios. Puede leer más artículos escritos por Sonal Uberoi en el blog Spa Balance.



How to Drive More Business to Your Hotel Spa

Hotel spas, from urban hotel spas to resort spas, enjoy various perks that other spas do not. They have a client base of hotel guests right at their doorstep, the opportunity to tap into their hotel's resources (Finance, Marketing, Housekeeping, Engineering to mention just a few), and the ability to reach out for support from the hotel general manager when needed.

However, with these perks comes a different set of challenges such as:

1. Increasing hotel guest capture rates.
2. Encouraging repeat visits.
3. Stimulating retail sales.
4. Attracting local (non-hotel guest) clientele.

Apart from these typical challenges, each type of hotel spa has its own unique difficulties.

In this article, we'll take a closer look at what both urban hotel spas and resort spas can do drive more business to their particular spa type.

What resort spas can do to drive their business?

As a rule of thumb, when it comes to hotel spas, resort spas enjoy higher hotel guest capture rates than urban hotel spas. This is because guests in

resort destinations travel predominantly for leisure purposes – people are either on holiday, wanting to explore a new destination, or looking to relax and unwind. These guests are therefore more likely to visit the resort's spa.

However, although resort spas generally enjoy better hotel guest capture rates than urban hotel spas, resort spas have their own set of challenges:

1. Increasing their hotel guest capture rate (as the spa relies mainly on the hotel guests for its revenue).
2. Encouraging guests to visit the spa more than once during their stay.
3. Competing with other activities at their resort or in their area.

Here are 5 ways resort spas can overcome these common challenges to drive their more business:

1. Integrate Seamlessly with Your Resort

Hotel guests are resort spas' primary market. This is why resort spas must rely heavily on the rest of the hotel team to drive business. Make sure to build relationships with all hotel employees who are in constant contact with guests, from Front Office staff, Concierge, Housekeeping to Food and Beverage. Share your spa's news

and daily promotions for other staff members to extend. Invite key team members to try spa experiences, and together with other department heads, develop attractive incentive programs to encourage cross-selling initiatives. A fully integrated spa team will give you the support you need to drive more visits.

2. Tap into the Bigger Picture

Total spa revenue generally represents anywhere from 1% to 10% of total hotel revenue. This is why spa managers sometimes feel that their general manager only pays 10% attention to the spa. However, being a part of a hotel ecosystem has its advantages. For example, you could tap into your hotel's loyalty program to add spa services, or work with your revenue and distribution manager to see how your spa can be included in different Room and Dining packages. With spa management software that connects to your hotel's software, you can send targeted emails and promotions to the hotel's VIP guests, loyalty card holders, and other repeat guests, thereby securing more bookings.

3. Focus on Frequency

Resort guests tend to have a longer average stay than those in urban hotels, and are also more likely to visit the

hotel spa. But that doesn't necessarily mean that these guests will have more than one spa treatment during their stay. Implementing a dynamic pricing policy, combining treatments with other wellness activities into attractive packages, incorporating regional therapies into your treatment offerings, and creating activities that allow children to get involved will encourage guests to visit your spa more frequently during their stay. Spas are increasingly becoming social and family spaces, so you should adapt your menu accordingly.

4. Price for Your Region

Be relevant in terms of your pricing strategy and service offerings. It's challenging to charge the same price for services across the globe. Your client might be prepared to spend over \$200 for a massage in the US, but is very unlikely to do so at a spa in Cambodia. Adapting your price points and treatment menu to your location and client mix will make hotel guests more likely to book multiple services with your spa.

5. Leverage Free Time

In the hotel industry, the average length of stay in resort hotels tends to be longer than in urban hotels. Similarly, in resort spas, the average treatment time tends to be longer than in urban hotel spas (up to 80 minutes). Leverage this time advantage to increase spa occupancy and average treatment rates and decrease time wasted in treatment turnover during your peak hours. It is easier to charge more for longer treatments, whilst still maintaining product costs. For example, the product cost for an 80-minute massage is roughly the same as that for a 50-minute one, but you can charge much more for a longer service.

Resort spas that focus on encouraging hotel guests to visit the spa more frequently during their stay will be better equipped to drive their business forward. The way you market your spa and cater to resort client is pivotal. The more visible and integrated your spa is - and the more creative you are in developing tailored packages - the more willing your clients will be to visit to your spa multiple times during their stay.

We'll now take a closer look at what urban hotel spas can do to optimize their business.

What can urban hotel spas do to optimize their business?

Guest capture rates for urban hotel spas vary significantly across the globe. For example, in China, these figures can go as low as 1%, and in the Philippines

www.spaprofessionalmexico.com

and certain locations in Europe, figures can be as high as 8 to 10%. With this relatively low capture rate, spa managers are under enormous pressure to meet their revenue goals.

Due to the low average length of stay and predominantly MICE or business clientele in urban hotels, it's difficult for urban hotel spas to capture this type of guest. The focus of urban spas should therefore be to tap into other streams of revenue and target additional audiences to drive their businesses forward.

Here are 5 ways that urban spas can tap drive more business:

1. Get Competitive

Urban hotel spas normally face a lot of competition from other day spas in their area that provide budget to high-end services. If you manage an urban hotel spa, the first thing you should do to drive more business is analyze your competitive set. Identify who your direct and indirect competitors are, and clearly define your spa's strengths and weaknesses in comparison. Then divide your target audience into two different customer segments: hotel guests and local clients. Once you've identified your target audiences and your competitors, you'll be able to come up with a customized menu of services and marketing plan that will draw new clients to your spa.

2. Offer Perceived Preferential Pricing

The general perception among local clientele is that hotel spas tend to be extremely expensive. It's important that you bring down this price barrier. Identify the price point of each of your customer segments and together with your Director of Revenue and Distribution, create rate fences that are favorable to local clientele. Examples of preferential pricing would be: Memberships, off-peak pricing, local client specials, and loyalty programs, to name a few. Your external client base will grow once local residents perceive that they are getting preferential treatment and pricing.

3. Leverage Unique Selling Propositions (USPs)

Leverage facilities and other benefits that competing day spas in the area might not have. For example, you could include the use of your hotel's gym, sauna, and swimming pool in your spa memberships. Other benefits such as discounts in your hotel's restaurants or special room rates also tend to be attractive to local residents. For the business hotel guest, organize brief spa treatments during meeting breaks to entice these guests to squeeze in a few moments of relaxation in their busy schedule.

4. Create visibility in your hotel and community

Make sure your spa's message is clearly visible and tailored to each of your audiences. For local clients, consider running advertising or social media campaigns that focus on more affordable, quick treatments. Within the hotel, your spa should be mentioned on all hotel collateral and signage. Leave vouchers at the front desk and concierge to encourage guests to visit the spa. You might also run targeted specials for club and executive floors to attract VIP clients.

5. Build a Strong Brand Identity

Your spa should have a brand identity that's separate from the hotel's. Create a solid online and offline presence of your spa. Build a database of local clients and send out targeted mailings. Use the hotel's database to reach out to potential hotel guests or groups that would be interested in your spa services. Having a unique identity will allow you to tap into your hotel guest and local client markets more successfully.

In summary: Urban hotel spas should focus on tapping into their local market as well as catering to their hotel guests. Understanding that there are limitations on hotel guest capture rates and exploring alternative streams of revenue will help urban spas drive their business forward.

Sonal Uberoi makes spas around the world profitable. Spas, hotel groups and wellness companies hire Sonal to help them design, set up and manage their businesses. Her unique finance background and diverse skillset combined with worldwide experience make Sonal the go-to expert for spa optimization solutions. You can read more of Sonal's work on the Spa Balance blog.



Conviertete en un distribuidor de BiON para tu region o tu spa, y experimentarás la diferencia dramática en el cuidado de la piel

Consigue 90% control de acné con BiON's línea de productos completa del acné



Productos probados y eficaces para el rejuvenecimiento de la piel y antienvjecimiento

Educación sitio web e información educativa en español

Conviértase en socio de BiON hoy
877.715.2466 USA
www.bionresearch.com

BiON

Porque elegir BiON?

BiON fue desarrollado para el especialista de cuidado profesional de la piel. En BiON, tenemos una pasión y un compromiso para ayudar a aquellos con acné y otras condiciones adversas de la piel. Con integridad y dedicación, creamos productos que funcionan y son seguros basada en ingredientes superiores y bien investigados.

Apoyamos su avance a través de la educación y ofrecemos materiales y páginas educativas y comprensivas en nuestro sitio web en español.

Los productos BiON producen resultados excepcionales para todas las etapas del acné con ingredientes seguros y probados. BiON no utiliza el peróxido de benzoilo en cualquiera de sus productos, porque hemos desarrollado productos con ingredientes que superan el BPO (peróxido de benzoilo) y dejan la piel sana y hermosa.

Nuestros productos antienvjecimiento contienen antioxidantes, péptidos, vitaminas, minerales y extractos de plantas poderosos que proporcionan una diferencia dramática en rejuvenecimiento de la piel.



BiON también ofrece productos especiales incluyendo **Post Waxing Lotion** (loción puesto de depilación) que trata y previene los pelos encarnados de cera o afeitado, una crema extraordinaria para aquellos que sufren de dermatitis, eczema o psoriasis y varias máscaras para brindar tratamientos integrales para todo tipo de piel.

Avance los resultados en la piel mediante la incorporación de nuestros peelings profesionales en sus tratamientos. BiON tiene pelar glicólico y láctico para su uso profesional y una deliciosa máscara enzima exfoliante de calabaza.

Nuestra dedicación en BiON a productos excepcionales incluye ingredientes dirigidas, orgánica y basado a plantas.



Estamos igualmente orgullosos de los ingredientes que usamos como estamos con nuestro compromiso de abstenernos de usar ingredientes potencialmente dañinos. BiON no utiliza el peróxido de benzoilo, sulfatos, aceite mineral, fragancias artificiales, parabenos, lanolina, triclosan o hidroquinona en cualquiera de nuestros productos.

BiON posee productos galardonados y distribuidores internacionales en varios países. Actualmente estamos buscando un distribuidor en México.

Alcance el éxito y resultados dramáticos. Conviértase en socio de BiON hoy.

BiON

¡Adios Vello Encarnado!



El Original: PFB Vanish™

PFB Vanish exfolia suavemente las células de la piel para “dejar aflorar los vellos encarnados” reduciendo la inflamación y la rojez causada por la irritación.

¡Sus clientes lo
adorarán por ello!

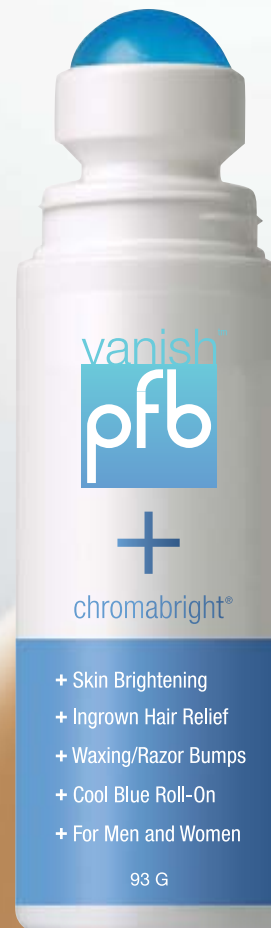
- + Post Waxing &
- + Shaving Serum
- + Roll-On
- + For Men & Women
- + 100% Guaranteed

93 G

PFB Vanish + Chromabright®

Dos productos en uno:
Aclara la piel y combate
los granitos.

Los mismos ingredientes que el PFB Vanish original, pero hemos añadido Dimethylmethoxy Chromanyl Palmitate para aclarar las manchas de la piel.



- + Skin Brightening
- + Ingrown Hair Relief
- + Waxing/Razor Bumps
- + Cool Blue Roll-On
- + For Men and Women

93 G

Buscamos
Distribuidores
PFBVanish.com
t: 415 499 1985
f: 415 499 1987

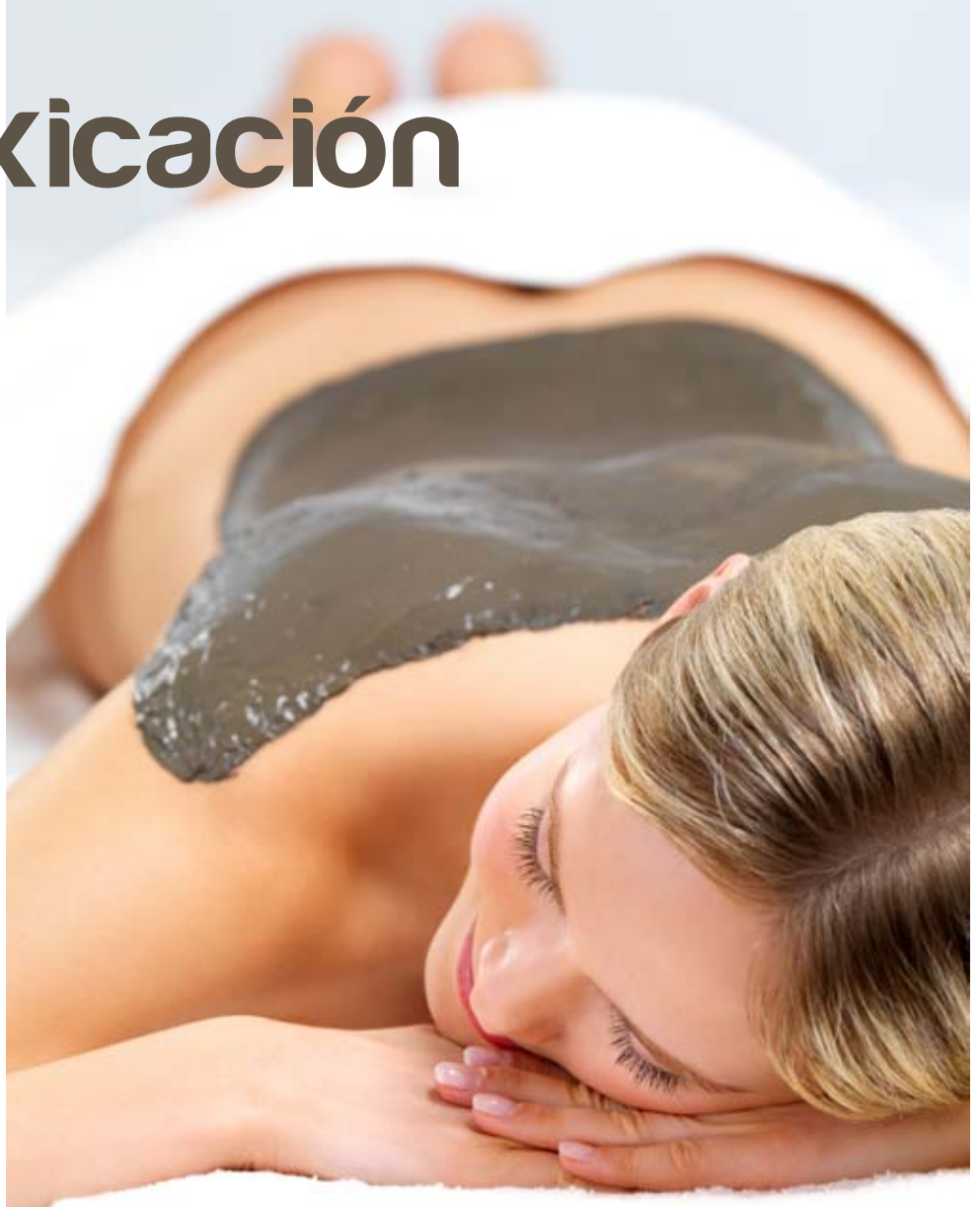
Desintoxicación

La vida de hoy está llena de estrés y toxicidad del medioambiente. Tenemos miles de productos químicos tóxicos en nuestro entorno con los que interactuamos regularmente. Un estilo de vida con estrategias de desintoxicación es esencial para la salud en el mundo moderno, las arcillas y los barro son perfectos agentes desintoxicantes, poseen sorprendentes beneficios para la salud.

Las células sanas tienen el poder expulsar desechos de manera regular. Cuando se acumulan las toxinas más deprisa que la eliminación de las mismas, causan mayores problemas. Los síntomas de acumulación de toxinas incluyen: dolores de cabeza, hinchazón, fatiga crónica, dificultades para dormir, problemas de la piel, problemas hormonales, problemas digestivos, etc.

La arcilla y el barro son sustancias que se han usado desde hace miles de años por pueblos indígenas de todo el mundo. Muchas culturas a nivel mundial incluso comen tierra a diario. La arcilla y el barro son un gran medio de tratamiento desintoxicante los cuales funcionan de manera segura y altamente eficaz. La arcilla tiene un PH alcalino y una alta carga iónica negativa que actúa como un poderoso antioxidante.

Las envolturas corporales de arcilla o barro pueden ser ideales para aquellos que quieren reforzar su tono de piel, desintoxicar su cuerpo o perder unos pocos centímetros. También pueden beneficiar a las personas que sufren de las articulaciones o dolor muscular. La arcilla y el barro ayudan a la desintoxicación; trabajan para limpiar el cuerpo a través del torrente sanguíneo introduciéndose por los poros en la piel, limpiando el tracto digestivo, y los sistemas linfático y circulatorio. Asegúrese de que está promoviendo los beneficios de la desintoxicación regular a través de tratamientos de barro y arcilla en su spa y así aumentar la variedad de tratamiento e incrementar su negocio.



Detox

Today's life is full of stress and environmental toxicity. We are exposed to thousands of toxic chemicals in our environment that we interact with regularly. A lifestyle with detoxification strategies is essential to health in the modern world and clays and muds are perfect detoxifying agents with amazing health benefits. Healthy cells must be able to excrete waste materials regularly. When the accumulation of toxins happens faster than their elimination this causes major problems. Symptoms of toxic buildup include headaches, bloating, chronic fatigue, sleep problems, skin problems, hormonal problems, digestive problems, etc.

Clay and mud are substances that have been used for thousands of years by indigenous peoples around the world

and many cultures worldwide eat dirt daily. Clay and mud provide an effective means of detoxifying that is safe and highly effective. Clay has an alkaline pH and a high negative ionic charge to act as a powerful antioxidant.

Clay or mud body wraps can be ideal for those who want to enhance skin tone, detoxify the body or lose a few inches. They can also benefit people suffering from joint or muscle pain. Clays and muds help to detoxify; they work to cleanse the body through the bloodstream, introduced through the pores in the skin, cleansing the digestive tract, lymphatic and circulatory systems. Make sure you are promoting the benefits of regular detoxification through mud and clay treatments in your spa to increase treatment variety and repeat business.

SpaFinder Wellness Top 10 Tendencias de Spa y Bienestar para el 2015

SpaFinder Wellness ha revelado su 12° reporte anual de tendencias de spa y bienestar, que pronostica las tendencias principales que afectarán a la industria.

1. Bañarse Forestal

El término "bañarse forestal" no tiene nada que ver con el agua, y es más que una forma poética de describir un "paseo por el bosque," algo que los humanos, por supuesto, han estado haciendo durante cinco millones de años (ahora menos que nunca). El gobierno japonés acuñó el término en 1982, traducción de "Shinrin-yoku", que literalmente significa "disfrutar de la atmósfera de los bosques."

2. Cannabis: Nuevas Conexiones de Spa y Bienestar

A menos que usted haya estado realmente, um ... en otro mundo, usted ha oído hablar de la ola de la legalización de la marihuana médica y recreativa en los EE.UU. - o en un país como Uruguay (el primer país en legalizar la posesión, a principios del 2015). Después de décadas de prohibición, la marihuana está experimentando de repente un cambio de imagen: más personas en todo el mundo lo ven como socialmente aceptables e importante médicamente y con nuevos mercados y productos que se están inventando afanosamente.



Forest Bathing - Blackberry Farms (Photo Credit Rau)

3. Tradiciones de Bienestar desde el Mundo Islámico

No hay más poderosa tendencia de los consumidores en el mundo desarrollado que el hambre de todas las cosas auténticas e indígenas, afectando más lo que ahora queremos comer (los últimos "superalimentos" globales

y granos antiguos), a donde más queremos viajar (de repente un mapa mucho más amplio y exótico). Es la razón por que la escena spa/bienestar es cada vez más una aldea global, con enfoques como Ayurveda de India y el yoga y la medicina tradicional china ahora se adoptaron en todo el mundo.

Islamic Traditions - Seger Tower



4. Revolución Industrial: Bienestar de los Obreros

Llevar a cabo una búsqueda en línea para la palabras bienestar corporativo, bienestar para el empleado o laboral, y usted será recompensado con millones de resultados. Debido a la subida de los costos globales de la salud, envejecimiento de la población y los niveles récord de enfermedades prevenibles, programas que prometen ahorros, menos ausentismo y una fuerza laboral más productiva son un gran negocio.

5. Casas, Comunidades y Ciudades de Bienestar

En 2007 SpaFinder llamado "spa inmobiliaria" una tendencia importante, después de rastrear el surgimiento de una nueva generación de residencia que esencialmente permite que personas vivan en un spa de lujo. El concepto fue iniciado por los spas de destino del alto perfil, como Canyon Ranch Living, que se lanzó en Miami Beach en 2007, y Miraval Living, que planea abrir en la ciudad de Nueva York alrededor de 2008. Y la primera ola también vio spas de destino como Red Mountain Resort & Spa (Utah) y Terme di Saturnia (Italia), y numerosos spas hotel/resort, añaden condominios y villas. Cuando la recesión afectó, muchos de estos proyectos se calleron con la economía. Ahora, tanto con la economía y los niveles de estrés en aumento, estamos viendo el aumento del mercado de bienestar.

6. Mi Fitness. Mi Tribu. Mi Vida.

Como predicción de tendencias se hace más a la moda ... el remo es el nuevo spinning... Pilates caliente es el nuevo Bikram ... fiesta de fitness es el nuevo Zumba ... las modas de fitness de hoy ganan la merecida atención de los medios de comunicación, personas influyentes de bienestar y el público que está físicamente activo. Pero estos titulares híper persistentes e informes parciales merecen alguna reflexión antes de perseguir a las últimas modas, una vez más, porque la gran noticia es que la aptitud del paisaje está cambiando permanentemente.



Cannabis - Edible Events.

7. Spa a la Llegada (y en Ruta)

Solía ser que mientras viajar por negocios o por placer, los tratamientos de spa eran un lujoso complemento, algo programado entre una reunión y cena, o tal vez una tarde durante una visita a una ciudad nueva. Ahora, sin embargo, los tratamientos de spa y otras ofertas de bienestar están siendo priorizados tanto en ruta como en el destino - ya sea para obtener una ventaja en la relajación o para

poner en marcha la productividad y sacudirse la fatiga del viaje. Para un creciente número de viajeros, una sesión de ejercicios o experiencia de spa se está convirtiendo en la última entrada en el itinerario de viaje - un ritual indispensable después del vuelo.

8. Belleza Hiper-Personalizada

Skinny Jeans. Army Brat. It List. Estos son los nombres con agallas de nuevos colores de sombra de ojos de algunas



Spa On Arrival - Cheval Blanc

de las mayores marcas de cosméticos del mundo. Pero por mucho que las grandes empresas han incrementado la actitud con su marca de maquillaje, su intento de conectar con sentido de sí mismo de los consumidores tendrá que competir con el emergente - y de mayor crecimiento de tendencia en belleza: hiper-personalización.

9. Reacción Intestinal

"Escuche a su intestino ..." Aunque esta es una frase típicamente dicha cuando se trata de seguir sus instintos, también es una de las tendencias más modernas para 2015 y podría ser uno de los mejores consejos para su bienestar general.

10. Más allá de las estrellas

Algunos dicen que fue un periodista asombrado, tratando de transmitir el nivel de lujo que ofrece el hotel Burj Al Arab de reciente apertura en Dubai

en 1998, el primero que se describió como una propiedad "siete estrellas". No existe tal designación (o hizo alguna vez), ya que ninguno de los sistemas de clasificación utilizados por los gobiernos y las asociaciones de hospitalidad en todo el mundo ofrece varias calificaciones superiores a cinco estrellas. Pero con lujo de re-imaginados en la post-recesión viajes de placer, hemos visto un número cada vez mayor de las propiedades cuyos diseños, lugares, los servicios y experiencias desafían superlativos suficientes para describirlos. Y para aquellos luxe, over-the-top hoteles, spas y retiros de bienestar, cinco estrellas no son suficientes.

Acerca SpaFinder Wellness

SpaFinder Wellness es un motor de descubrimiento de bienestar que conecta a millones que buscan un estilo de vida más saludable, más feliz con los proveedores de salud en todo el mundo.

www.spafinder.com

www.spafinder.com/content/2015-global-spa-wellness-trends

SpaFinder Wellness Forecasts Top 10 Spa & Wellness Trends for 2015

SpaFinder Wellness has revealed its 12th annual spa and wellness trends, which forecasts top trends that will impact the industry.



Beyond the Stars - Antara

1. Forest Bathing

The term “forest bathing” has nothing to do with water, and is more than just a poetic way of describing a “walk in the woods,” something humans have, of course, been doing for five million years – although never less so than today. The Japanese government coined the term in 1982, a translation of “shinrin-yoku,” which literally means “taking in the forest atmosphere.”

2. Cannabis: New Spa & Wellness Connections

Unless you’ve been really, um... spaced out, you’ve heard about the wave of legalization for medical and recreational marijuana use

in the U.S. or in a country like Uruguay (the first nation to legalize possession, coming in 2015). After decades of prohibition, marijuana is suddenly undergoing a makeover: more people worldwide view it as socially acceptable and medically important, and whole new markets and products are busily being invented.

3. Wellness Traditions from the Islamic World

There is no more powerful consumer trend across the developed world than the hunger for all things authentic and indigenous. These impact what we now most want to eat - the latest global “superfoods” and ancient grains, and where we

most want to travel (suddenly a far wider, exotic map). It’s why the spa/wellness scene is increasingly a global village, with approaches like Indian Ayurveda and yoga, and Traditional Chinese Medicine now embraced worldwide.

4. Industrial Revolution: Blue Collar Wellness

Conduct an online search for the words corporate, employee or workplace wellness, and you’ll be rewarded with millions of results. Due to skyrocketing global healthcare costs, aging populations and record levels of preventable disease; programs promising cost-savings, less absenteeism and a more productive workforce are big business.

5. Wellness Homes, Communities & Cities

Back in 2007 Spafinder named "spa real estate" a top trend, after tracking the rise of a new breed of residence that essentially lets people live at a luxury spa. The concept was pioneered by high-profile destination spas, like Canyon Ranch Living, which launched in Miami Beach in 2007, and Miraval Living, which planned to open in New York City around 2008. The first wave also saw destination spas like Red Mountain Resort & Spa (Utah), Terme di Saturnia (Italy), and numerous hotel/resort spas, all add condos and villas.

6. My Fitness, My Tribe, My Life.

As trend forecasting becomes

trendier...rowing is the new spinning...hot Pilates is the new Bikram...party fitness is the new Zumba...fitness fads of the minute garner deserved attention from the media, wellness influencers and the physically active public. But these persistent hyper headlines and piecemeal reports warrant some reflection before chasing the latest fads once again—because the big story is that the fitness landscape is shifting permanently.

7. Spa On Arrival (& En Route)

It used to be that - while traveling for business or pleasure, spa treatments were a luxurious add-on, something fitted in between a meeting and dinner, or perhaps an afternoon treat during a visit to a new city. Now however, spa

treatments and other wellness offerings are being prioritized both en route and on arrival - either to get a head start on relaxation or to kick-start productivity by shaking off travel fatigue. For growing numbers of travelers, a workout or spa experience is becoming the final entry on the travel itinerary - an indispensable post-flight ritual.

8. Hyper-Personalized Beauty

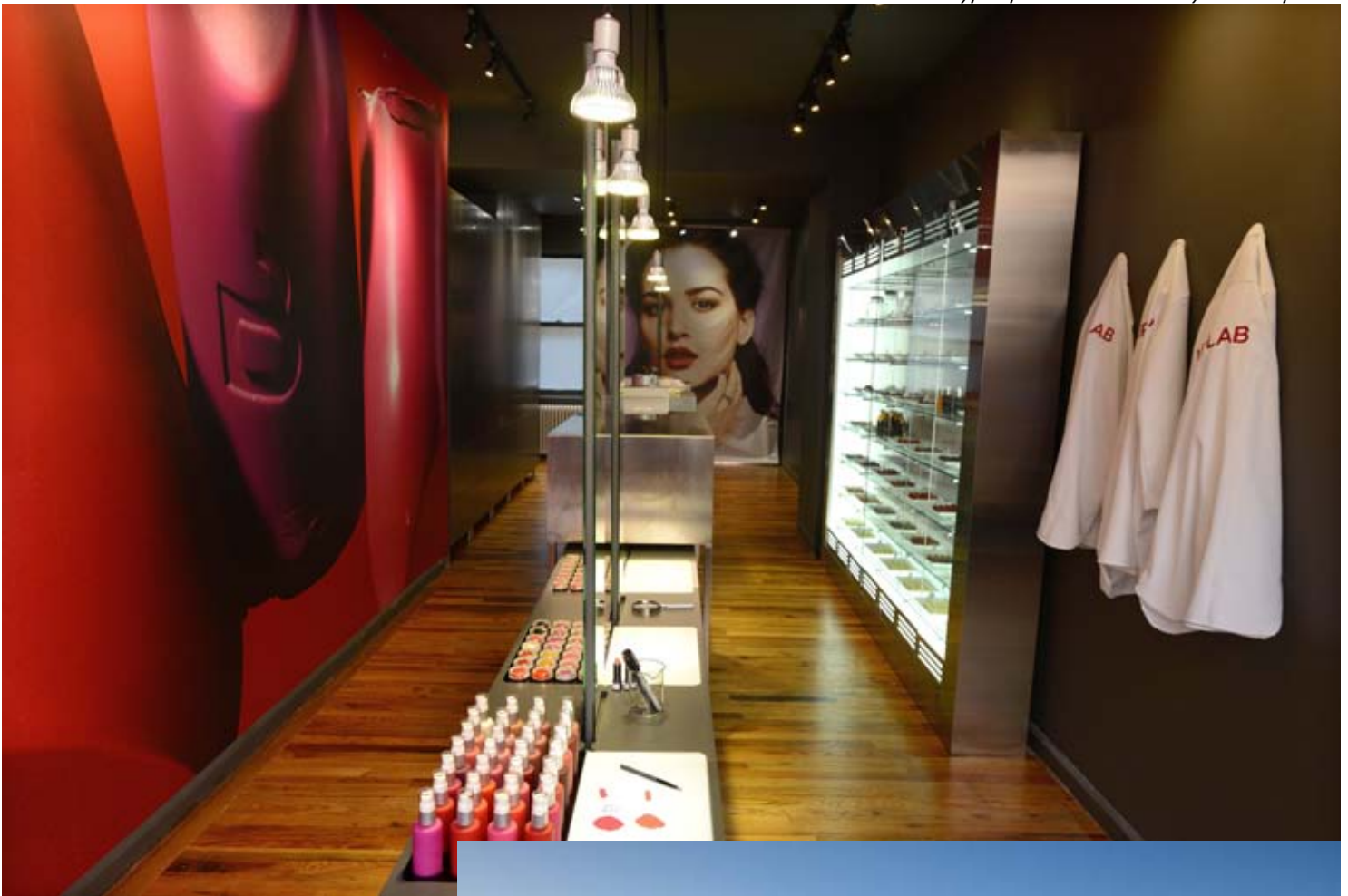
Skinny Jeans. Army Brat. It List. These are the gutsy names of new eye shadow colors from some of the world's biggest cosmetics brands. But as much as big companies have ratcheted up the attitude with their makeup branding, their attempt to connect with consumers' sense of self will have to compete with the emerging and



Wellness Homes, Communities & Cities, Delos Kitchen

My Fitness. My Tribe. My Life. - Silver Island





fastest-growing trend in beauty - hyper-personalization.

9. Gut Reaction

"Listen to your gut..." Though this phrase is typically uttered when it comes to following your instincts, it is also one of the hottest trends for 2015 and could be some of the best advice for your overall wellbeing.

10. Beyond the Stars

Some say it was an awestruck journalist, trying to convey the level of luxury offered by the newly opened Burj Al Arab hotel in Dubai in 1998, who first described it as a "seven-star" property. No such designation exists (or did ever). None of the rating systems used by various governments and hospitality associations worldwide offers rating higher than five stars.



Gut - Grayshott Spa

About SpaFinder Wellness

SpaFinder Wellness is a wellness discovery engine that connects millions seeking a healthier, happier lifestyle with wellness providers around the globe.

www.SpaFinder.com

www.spafinder.com/content/2015-global-spa-wellness-trends

5 de los Mejores, Limpiadores

5 of the Best, Cleansers

Purifying Cleanser, Hydropeptide

Péptido clarificante, Ácido Salicílico + Mandélico y Tea Tree Oil. Un limpiador de purificación que atrae las impurezas, promueve la rápida corrección de imperfecciones y aborda los signos de envejecimiento con una mezcla de ácidos exfoliantes y un péptido único que limpia los poros. Rica en antioxidantes boswellia, manzanilla y miel calma y protege la piel de un exceso de sequedad e irritación.

Clarifying Peptide, Salicylic + Mandelic Acid and Tea Tree Oil. A purifying cleanser that draws out impurities, promotes rapid correction of imperfections and addresses the signs of aging with a blend of exfoliating acids and a unique peptide that cleanses the pores. Antioxidant-rich boswellia, chamomile and honey soothe and protect skin from over-dryness and irritation.

www.hydropeptide.com



Moisturizing Cream Cleanser, Skin Authority

Los extractos naturales de manzanilla alemana, extracto de hiedra, Aceite de Albaricoque, Extracto de Ginseng, Negro Nogal, Aloe, vitamina E y provitamina B5 se combinan en una fórmula cremosa que calma y suaviza la piel, limpiando y ayudando a la piel a retener la humedad que necesita.

Natural extracts of German Chamomile, Ivy Extract, Apricot Oil, Ginseng Extract, Black Walnut, Aloe, Vitamin E and Provitamin B5 are combined in a creamy formula that gently soothes and softens skin as it cleanses, helping skin retain essential moisture.

www.skinauthority.com



Intensive Age Defying Hydrating Cleanser, June Jacobs

Sin parabenos y conservantes, este limpiador hidratante limpia profundamente sin reseca la piel y ayuda a eliminar incluso el terco maquillaje a prueba de agua. La manteca de karité y aceite de semilla de Meadowfoam proporcionan hidratación mientras la avena coloidal ayuda a suavizar y calmar la piel irritada. Deja la piel con sensación firme, suave como la seda e hidratada.

Paraben and preservative free, this hydrating cleanser deep cleans without drying the skin and helps remove even stubborn water-proof make-up. Shea butter and meadowfoam seed oil provide hydration while colloidal oat helps soothe and calm irritated skin. Leaves skin feeling firm, silky smooth and hydrated.

www.junejacobs.com



Cleansing Oil, Prana SpaCeuticals

El uso de aceites nutritivos como argan, aguacate, semilla de uva, aceite de oliva, y la cáscara de los cítricos limpia suavemente, emulsiona el maquillaje a base de aceites y la producción de sebo diaria. Ideal para las pieles secas, deshidratadas, piel combinación y piel sensible. También calman la rosácea, enrojecimiento e inflamación de la piel.

Using nourishing oils like argan, avocado, grape seed, olive, and citrus peel, it gently cleanses and emulsifies oil based make-up and daily sebum production. Perfect for dry, dehydrated, combination and sensitive skin and will also soothe rosacea, redness and inflamed skin.

www.pranaspaceuticals.com



Kombucha Cleanser, EmerginC Scientific Organics

Un limpiador profundo, eficaz pero suave para todo tipo de piel que ayuda a eliminar los contaminantes ambientales, el exceso de grasa y el maquillaje sin reseca la piel.

A gentle, effective, deep cleanser for all skin types that helps remove environmental pollutants, excess oil and make-up without drying the skin.

www.emerginc.com

3 de los Mejores, Tónicos Faciales

3 of the Best, Facial Toners

Facial Toner, Dr. Hauschka

Estimula las funciones reguladoras de la piel. Afina los poros y aporta firmeza y elasticidad a la piel. Completa el proceso de limpieza con los extractos de plantas medicinales, como anthyllis y hamamelis.

Stimulates the regulatory functions of the skin. Refines pores and provides firmness and elasticity to the skin. Completes the cleansing process with extracts of medicinal plants, such as anthyllis and witch hazel.

www.dr.hauschka.com



Essence Toner, Le Mieux

Suero tonificante, hidratante y suave con poderosos antioxidantes, vitaminas esenciales y extractos botánicos que ayudan a mantener el PH natural de la piel después de limpiarla. Este tonificante revitalizador con un aplicador de brisa especial disuelve las impurezas celulares incrementando su rejuvenecimiento, dejando la piel hidratada y fresca. El agua frutal vitaminada suaviza, tonifica y protege después de la limpieza. Provee humectación esencial para normalizar la humectación de la capa exterior de la piel.

Hydrating, gentle, serum based toner enriched with powerful antioxidants, essential vitamins, & botanical extracts helps maintain the skin's natural PH after cleansing. This revitalizing toner with a unique misting application dissolves cellular impurities & increases cell rejuvenation, leaving the skin hydrated & refreshed. The natural Vitamin fruit water soothes, tones, & protects after cleansing. Provides essential moisture to normalize and moisturize the uppermost layer of the skin.

www.lemieuxcosmetics.com



Tone: Anti-Wrinkle Brightening Toner, Hydropeptide

Un tóner con propiedades anti-envejecimiento y iluminantes para disolver la suciedad, grasa y otras impurezas mientras hace más uniforme el tono de la piel. Una combinación de péptidos aumenta el colágeno y reduce las arrugas para un cutis con aspecto más joven.

A brightening, anti-aging toner to dissolve dirt, oil and other impurities while evening skin tone. A peptide combination boosts collagen and reduces wrinkles for an overall younger-looking complexion.

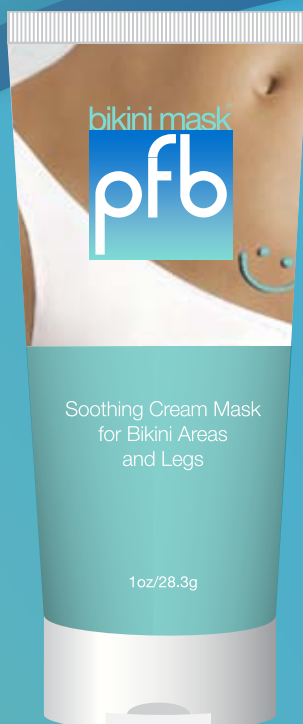
www.hydropeptide.com



www.spaprofessionalmexico.com

Introducir: Bikini Mask

Formulada para Calmar la Piel



Bikini Mask es una crema de tratamiento humectante e hidratante que calma y suaviza la piel irritada por el calor aun en las áreas privadas. Bikini Mask es un toque perfecto de terminación para cualquier servicio de depilación, afeitado o de remoción de vellos.

Un ramillete botánico de los siguientes ingredientes naturales se han incluido para un máximo confort: Allantoin, Camomila, Aceite de Almendras, Aloe Vera, Pétalos de Rosa y Extracto de Menta para combatir la rojez. Bikini Mask también contiene Resorcinol y Retinyl Palmitate para combatir los granitos. Sólo para uso externo.

Disponible en pomos de 1oz y 4oz.

Buscamos
Distribuidores
PFBVanish.com
t: 415 499 1985
f: 415 499 1987

Selección del Editor

Editor's Choice

Themae, Pillow Mist

Las propiedades calmantes del té de hierbas con 12 aceites esenciales combinados con flor de azahar pura se usan para el descanso y la relajación. Rocíe sobre almohadas y ropa de cama en la noche para un sueño más profundo y tranquilo.

The soothing properties of herbal tea with 12 essential oils combined with orange blossom pure absolute for rest and relaxation. Spray on pillows and bed sheets at night for a sound and peaceful sleep.

www.themae.fr



Obedo, Neck & Back Cradle

Ideal para usar en el hogar, mientras ve la televisión o se relaja, o incluso cuando viaja, la Obedo Neck & Back Cradle ayuda a apoyar su cabeza, cuello y espalda baja, según sea necesario. Esta versátil almohada de soporte se ajusta a diferentes posiciones, por lo que es adaptable a las necesidades de los individuos, se dobla en una forma cómoda y en un tamaño compacto, ideal para llevarla de viaje.

Ideal for home use, while relaxing or watching TV or when traveling, the Obedo Neck & Back Cradle supports your head, neck and lower back as needed. This versatile support cradle adjusts to several different positions making it customizable to the individuals needs, it also folds up flat to a compact size for packing away when traveling.

www.obedo.com

ClearChoice by Dermastart, Pumpkin Enzyme Complex

Pumpkin Enzyme Complex es un exfoliante dérmico que contiene una combinación de agentes químicos y físicos que ayudan al rejuvenecimiento. Las enzimas de papaína ayudan a mudar las células muertas de la piel mientras el ácido láctico ayuda a iluminar e hidratar la piel sana.

Pumpkin Enzyme Complex is a superior dermal polishing exfoliant that contains a combination of chemical and physical resurfacing agents. Papain Enzymes help slough dead skin cells while Lactic Acid helps to brighten and hydrate the healthy skin.

www.dermastart.com



Aroma Naturals, The Amazing 30 Creme

Esta crema ligera proporciona hidratación rápida y humedad por larga duración con los 30 mejores ingredientes naturales. Botánicos Altas activos, aceites esenciales, cremas exóticas, vitaminas de alto valor, y las células de los tallos de plantas se combinan con la tecnología Cold Fusion™ para fórmulas únicas, naturalmente activas.

This light cream delivers quick hydration and long lasting moisture with the 30 very best all-natural ingredients. High active botanicals, Essential oils, Exotic butters, hi-value vitamins, and plant Stems Cells are combined by Cold pHusion™ technology for unique, naturally active formulas.

www.aromanaturals.com



www.spaprofessionalmexico.com

¿Sus Clientes Quieren Dientes Más Blancos?

Do Your Clients Want Whiter Teeth?



www.rockstarwhite.com

Blanqueamiento Dental, Rockstar White

Paso 1 - Cepillo y seda sus dientes suavemente, tenga cuidado de no desgastar los tejidos de la encía.

Paso 2 - Bite en el material de impresión para crear una impresión dental.

Paso 3 - Coloque una capa delgada del gel blanqueador en el molde.

Paso 4 - Aplicar vitamen E Q-tip en las encías.

Paso 5 Coloque la bandeja en su boca por lo menos durante 30 minutos a una hora.

Paso 6 - Uso Gel Kam, usted puede colocar Gel-Kam en la bandeja o un pincel directamente sobre los dientes luego dejar establecidas durante 3 minutos para reducir la sensibilidad.

Paso 7 - Repita el proceso todos los días.

Teeth Whitening, Rockstar White

Step 1 - Brush and Floss your Teeth lightly, be careful not to abrade the gum tissues.

Step 2 - Bite into the impression material to create a tooth impression.

Step 3 - Place a thin layer of the whitening gel into the mold.

Step 4 - Apply vitamen E Q-tip on your gums.

Step 5 Place the tray into your mouth for at least 30 minutes to 1hour.

Step 6 - Use Gel Kam; you can place Gel-Kam in the tray or brush directly onto the teeth then let set for 3 minutes to reduce sensitivity.

Step 7 - Repeat process daily.



Una Experiencia Spa

Sense, A Rosewood Spa, Rosewood Mayakoba

Ubicado entre los increíbles manglares y las aguas serenas de la laguna, Sense, A Rosewood Spa, ofrece un retiro tranquilo para disfrutar de una variedad de servicios de spa y bienestar. Las 12 cabinas de tratamientos y 8 suites de spa están ubicadas en su propia isla privada junto con un gimnasio y una alberca. Una experiencia de hidroterapia completa se ofrece tanto en la área de caballeros como en el área de damas, al mismo tiempo un salón común al aire libre lo complementa con suaves sonidos de una cascada, ofreciendo una experiencia de relajación antes y después de la sesión. Para llegar a las cabinas de tratamientos individuales de Sense, A Rosewood Spa tendrá un paseo maravilloso rodeado de selva tropical acompañada de un exuberante follaje a la orilla del cenote.

Ofrecer tratamientos como el de Mayakoba Herbal Cure y el Facial Red Carpet, da la opción que haya un servicio que todos disfruten. El Mayakoba Herbal Cure, es una experiencia nutritiva a base de hierbas, comienza con una exfoliación de cuerpo completo con pétalos de rosa y arándanos proporcionando poderosos antioxidantes, seguido de una mezcla de

la marca de hierbas de Mayakoba hecha a base de hierba de limón, bálsamo de limón, lavanda, manzanilla romana, menta verde, alfalfa, hinojo entre otros para proporcionar un experiencia anti-inflamatoria, desintoxicante, relajante y nutritiva. Esta mezcla a base de hierbas se puede complementar con una Máscara Clarificante de Desintoxicación la cual contiene yogurt y extracto de laminaria marina para aclarar y tonificar la piel. Otra opción para complementar el Mayakoba Herbal Cure es una terapia de hidratación con oreja de plata, suero de la leche y aloe vera los cuales proporcionan humedad, aumentando elasticidad y la hidratación de la piel. Rosewood Mayakoba tiene en sus planes que para final de este año contará con un jardín de hierbas orgánicas, dando una mayor variedad de extractos en hierbas frescas.

Uno de los aspectos más destacados del spa es la isla del tratamiento separado e individual, diseñado exclusivamente para Eclipse Sol & Luna para Dos. Una recogida en la suite y el viaje en barco privado a través de las lagunas de manglares da inicio a la experiencia. La pareja llega a la zona de tratamiento

privado bajo la sombra de una palapa, donde se encontrarán expuestos a la brisa del mar. El tratamiento comienza con un exfoliante de Cacao Maya, rico en antioxidantes, acompañado de un baño de hierbas seguido de un Tratamiento Isla Mayakoba Masaje. Para completar esta experiencia de estar juntos, ¿qué mejor manera que disfrutar una amenidad culinaria preparada especialmente por el spa?

Sense Spa se centra en reunir los 5 sentidos durante todo el viaje mientras que proporciona un "sentido de lugar" al huésped mediante la utilización de ingredientes naturales autóctonos, como la chaya, áloe, limón, agave, sales locales, miel y chocolate. Esto crea experiencias de spa reflejando las tradiciones curativas locales de la zona.

El spa también cuenta con un salón de belleza que ofrece manicura, pedicura, maquillaje y servicios para el cabello, gimnasio con clases de ejercicios, programas de entrenamiento personalizado y una alberca al aire libre para relajarse.

Sara Jones, Editor



A Spa Experience

Sense, A Rosewood Spa, Rosewood Mayakoba



Set amongst the luscious mangroves and calm lagoon waters, Sense, A Rosewood Spa, offers a tranquil retreat to enjoy a variety of spa and wellness services. The 12 treatment cabins and 8 island spa suites are nestled on their own private island along with a fitness facility and spa pool. A complete hydrotherapy experience is offered in both the male and female areas while a communal outdoor lounge area, complete with the tranquil sounds of a waterfall, provides the pre and post treatment relaxation experience. A walk through the tropical jungle foliage, alongside the edge of the cenote, takes you to the individual treatment cabins of Sense, A Rosewood Spa.

Delivering treatments like the Mayakoba Herbal Cure and the Red Carpet Facial, there is a service for everyone to enjoy. The Mayakoba Herbal Cure, a natural, herbal nourishing experience starts with a full body exfoliation of Rose petal & Cranberry providing powerful antioxidants, followed by a Mayakoba

signature herbal blend made out of Lemongrass, Lemon Balm, Lavender, Roman Chamomile, Spearmint, Alfalfa, Fennel and more to provide an anti-inflammatory, detoxifying, soothing and nourishing experience. This herbal cure blend can be completed with a Clarifying Detox Mask containing Yogurt and Sea Kelp Extract to brighten and tone the skin; or with a Hydration Therapy Mask with Silver Ear-Buttermilk-Aloe that delivers moisture, boosting skin's elasticity and hydration. Plans for an organic herb garden on-site at Rosewood Mayakoba, are in place for later this year, delivering an even wider variety of fresh picked herbal extracts.

One of the highlights of the spa is the separate, individual treatment island exclusively designed for the Escape Together: Sun and Moon Couples Journey. An in-suite pick up and private boat journey through the mangrove lagoons starts the experience. The couple arrives at the private treatment area under the shade of a palapa, open

to the ocean breeze. A Mayan Cacao scrub, rich in antioxidants and a herb-infused bath is followed by a Mayakoba Signature Island Massage. To complete this experience of togetherness, what better way than to enjoy specially prepared spa culinary amenity.

Sense spa focuses on bringing together the 5 senses throughout the journey while providing a 'sense of place' to the guest by utilizing indigenous natural ingredients such as chaya, aloe, lime, agave, local salts, honey and chocolate. These create spa experiences that draw from the local healing traditions of the area.

The spa also features a beauty salon offering manicures, pedicures, make-up and hair services. There is also a fitness facility with exercise classes and personalized training programs, and a relaxing outdoor pool.

*Sara Jones,
Editor*

Proveedores Preferidos / Preferred Providers

BiON Research	www.bionresearch.com
Dermalogica	www.dermalogica.com.mx
Fashionizer Uniforms	www.fashionizerspauniforms.com
Jane Iredale	www.janeiredale.com
Kaopa Uniformes	www.kaopa.com.mx
PFB Vanish	www.pfbvanish.com
LaNatura	www.lanatura.com
Shankara	www.shankara.com
SpaFinder Wellness 365	www.spafinder.com
Tei Spa	www.teispa.com

Cuidado de la piel / Skincare

Proveedores Mexicanos / Mexican Providers

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

Proveedores Internacionales / International Providers

302 Professional Skincare	www.302skincare.com
Absolutely Natural	www.absolutely-naturalspa.com
Academie Scientifique de Beaute	www.AcademieBeaute.com
Actifirm	www.actifirm.com
Advanced Skin and Hair	www.advancedskinandhair.com
Ageless Aesthetics, Inc	www.agelessaesthetics.com
Alchimie Forever	www.alchimie-forever.com
Anakiri BioEnergetic Skin Care	www.anakiri.com
AROMA HERBAL d.o.o.	www.aroma-herbal.si
Aromatherapy Associates	www.aromatherapyassociates.com
Astara Skin Care	www.astaraskincare.com
Avance	www.avanceskincare.com
Aveda Corporation	www.aveda.com
B. Kamins, Chemist	www.bkamins.com
Babor Cosmetics America Corp.	www.babor.com
Beauty Prophet, LLC	www.kneippUS.com
BeingTRUE	www.beingtrue.com
Bella Vita	www.bv-spas.com
BERJANGusa Inc.	www.nickelskincareformen.com
Biologique Recherche	www.biologique-recherche.us
BioSols India Pvt. Ltd.	www.biosols.co.in
Biotone Massage & Spa Products	www.biotone.com
Body Bliss	www.bodybliss.com
BODYCOFFEE	www.bodycoffee.com
Bon Vital Products	www.bonvital.com
Borghese Inc	www.borghese.com
Carita	www.carita.com
Caswell-Massey	www.caswellmassey.com
CBI Laboratories Inc.	www.cbiskincare.com
Christina-USA	www.christina-cosmeceuticals.com
Clarins	www.us.clarins.com
ClariSea	www.clarisea.com
Clarisonic	www.clarisonic.com
CND	www.cnd.com
Comfort Zone USA	www.comfortzone.it
Control Corrective Skincare Systems	www.eclarkintl.com
COOLA Suncare	www.coolasuncare.com
Cosmedix	www.cosmedix.com
Danne Montague King Co.	www.dannemking.com
Dar`Tua Products inc.	www.dartua.com
Darphin	www.darphin.com
Decleor USA Inc.	www.decleor.com
Dermalogica	www.dermalogica.com
Dermophysiologique	www.dermophysiologique.com
Deserving Thyme Inc.	www.deservingthyme.com
Dorfman Pacific Co., Inc.	www.dorfman-pacific.com
Dr. Hauschka Skin Care, Inc.	www.drhauschka.com
Edge Systems Corporation	www.edgesystem.net
Elemis	www.elemis.com
emerginC / Renature Skin Care	www.emerginc.com
Eminence Organic Skin Care	www.eminenceorganics.com
Epicuren Discovery	www.epicuren.com
Equibal Inc./Nufree	www.nufree.com
ESPA International (UK) Ltd.	www.espaonline.com
Essie Cosmetics Ltd.	www.essie.com
Eve Taylor (London) Limited	www.eve-taylor.com
G.M. Collin Skincare	www.gmcollin.com

Cuidado de la piel / Skincare Provedores Internacionales / International Providers

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

Con la participación especial de
Embajada Real de Tailandia en México



1er FESTIVAL DEL LOTO

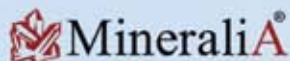
19, 20 & 21 de Junio 2015
Hacienda San José, Baca, Yuc.

danza . yoga . chi kung
meditación . ceremonias
artesanías . manualidades
plantas . comida tailandesa

SUPER RIFA

Entrada: \$150 pesos.

Donativo a beneficio de: **Fundación para el
Bienestar Natural, A.C.**



La Casa de los Lotos



Floreria Mariola



Asociación Mexicana de
CHI KUNG PARA LA SALUD



TURITRANSMERIDA
TOUR OPERATOR & DMC



www.fundebien.org.mx