

**CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO DE BIENESTAR (SPA EN HOTELES AFILIADOS A COTELCO) EN
BOGOTÁ FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL SUBSECTOR DE TURISMO DE
BIENESTAR EN COLOMBIA PROPUESTO POR EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA**

**PAOLA ANDREA RUIZ GARCIA
LEIDY PAOLA SEGURA CARLOS**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2016**

**CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO DE BIENESTAR (SPA EN HOTELES
AFILIADOS A COTELCO) EN BOGOTÁ FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DEL
PLAN DE NEGOCIOS PARA EL SUBSECTOR DE TURISMO DE BIENESTAR EN
COLOMBIA PROPUESTO POR EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN
PRODUCTIVA**

**PAOLA ANDREA RUIZ GARCIA
LEIDY PAOLA SEGURA CARLOS**

**Proyecto de Grado presentado para optar al título de Profesional en Administración
Turística y Hotelera**

**TUTORA
SONIA DUARTE BAJAÑA
DOCENTE DE INVESTIGACIÓN**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2016**

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
3. JUSTIFICACIÓN	8
4. OBJETIVOS.....	11
4.1 OBJETIVO GENERAL	11
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
5. ANTECEDENTES	12
6. MARCO DE REFERENCIA	15
6.1 MARCO CONCEPTUAL	15
6.2 MARCO TEÓRICO	17
6.3 MARCO NORMATIVO	18
6.4 MARCO GEOGRÁFICO	20
7. METODOLOGÍA.....	21
7.1 MUESTRA	22
8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	23
8.1 REVISIÓN DOCUMENTAL.....	23
8.2 ENTREVISTAS A TURISTAS	26
8.3 ENCUESTAS A SPA EN HOTELES AFILIADOS A COTELCO EN BOGOTÁ....	27
9. CONCLUSIONES	31
10. RECOMENDACIONES	34
11. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	35
12. ANEXOS	42

1. INTRODUCCIÓN

El Turismo de Bienestar ha sido uno de los temas planteados por el Programa de Transformación Productiva para llegar a ser punto de referencia en el país, se ha convertido en una apuesta productiva que, según el Plan de Negocios, propende por ubicarse en un turismo de clase mundial para el 2032.

Teniendo en cuenta el gran potencial del sector Turismo de Bienestar en el mundo, incentivado por un incremento de la población, una mayor atención mundial al cuidado personal y mayores ingresos per cápita, unido a las ventajas comparativas de Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Programa de Transformación Productiva, diseñó un Plan de Negocio con objetivos y estrategias nacionales de largo plazo para elevar la oferta de valor y mejorar la calidad del servicio, en desarrollo de los cuales viene trabajando una mesa sectorial con empresarios, expertos y Gobierno Nacional que propuso la creación de un gremio que contribuyera a alcanzar las metas propuestas, lo que hoy se hizo realidad con la ACTB (Programa de Transformación Productiva, 2013).

En coherencia con lo anterior, se evidencia que el Programa de Transformación Productiva propone un Plan de Negocio para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia, es decir que es bastante general ya que no especifica exactamente en qué ciudades del país se quiere desarrollar este tipo de turismo y es por esto que la investigación que se está llevando a cabo se realizó en Bogotá debido que a través de una revisión documental se encontró información que demuestra que esta ciudad tiene todas las herramientas para ampliar su oferta turística.

Por otro lado, es importante mencionar que la estrategia de desarrollo del Turismo de Bienestar debe organizarse a nivel nacional y regional.

A nivel nacional se encarga de la promoción, el mercadeo, la planificación y el soporte a las regiones con el fin de implementar la estrategia y encontrar inversionistas a nivel nacional e internacional para desarrollar el turismo de bienestar y a nivel regional, las regiones deben gestionar la implementación de los proyectos con la población local en los municipios (indígenas, afrodescendientes), las empresas y los sectores implicados en el desarrollo de los centros de

bienestar (sector de la construcción, transporte, turístico, comercial...) (Programa de Transformación Productiva, 2014, p.3).

Como puede observarse, el Programa de Transformación Productiva tiene clara las estrategias para que el Turismo de Bienestar sea líder en el 2032, sin embargo es evidente que falta fortalecer los aspectos que se nombran en la cita anterior ya que aún las personas interesadas en tomar los servicios que hacen parte de esta tipología no tienen el conocimiento suficiente y es por esto que el PTP está trabajando en el tema.

Así pues, se hace necesario definir Turismo de SPA como “aquel que se enfoca en la relajación o curación del cuerpo usando tratamientos secos (masajes, shiatsu, reiki...) o húmedos (tratamientos de balneoterapia)” (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.22). Lo que se quiere hacer notar es que Bogotá tiene el potencial para crecer en este tipo de turismo ya que por motivos laborales, económicos e intrafamiliares, la población de esta ciudad está sufriendo enfermedades a temprana edad y por eso el Turismo de SPA está tomando fuerza debido a que satisface las necesidades de las personas pero sin embargo se encuentran algunas falencias tales como falta de capacitación al personal que ofrece servicios de SPA, carencia normativa acerca de estos establecimientos y definitivamente tener conocimiento de una segunda lengua es fundamental.

No obstante aún se aborda incipientemente, generándose ambigüedades en su desarrollo, tipología, servicios, por lo tanto la presente investigación tiene como objetivo general caracterizar el Turismo de Bienestar enfocándose en los servicios de SPA en la ciudad de Bogotá que se ha venido ofreciendo en los hoteles afiliados a COTELCO referenciándolos con los lineamientos propuestos en el Plan de Negocios desarrollado por el Programa de Transformación Productiva y los objetivos específicos son:

Identificar las características de la oferta actual de SPA en Hoteles afiliados a COTELCO en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia.

Conocer el concepto de SPA que tiene el turista con el fin de identificar las características percibidas frente al servicio recibido.

Analizar las características y conceptos de Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a COTELCO) que tienen la oferta y demanda frente al Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia para identificar las dificultades que se presentan.

Con lo anterior, resulta oportuno dar a conocer la pregunta de investigación que se encuentra en el apartado de formulación del *problema* *¿Cuáles son las características de los SPA pertenecientes a los hoteles de la ciudad de Bogotá afiliados a COTELCO en relación con la propuesta que hace el PTP?* Esta pregunta surgió a causa de las falencias que se mencionaron en el párrafo anterior y dio paso para realizar una investigación mixta con el fin de adquirir información que permitiera responder cada uno de los objetivos específicos.

Cabe agregar, que el apartado de antecedentes, marco conceptual y geográfico tienen como objetivo mostrar al lector aquellos conceptos que son claves para el desarrollo de esta investigación y así mismo poder entender porque la metodología utilizada es descriptiva y con un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, el cual dio paso para la elaboración de los instrumentos que permitieron recoger la información pertinente para poder realizar un análisis de esos resultados y finalmente dar unas conclusiones y recomendaciones de este proyecto.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Bogotá es una ciudad que tiene una diversidad de atractivos para ofrecer a sus clientes y satisfacer sus gustos, reflejando un constante crecimiento en cuanto a la visita de turistas, el Instituto Distrital de Turismo (2014) afirma que “con una participación de 57% la ciudad de Bogotá, en el año 2013 mantiene el primer lugar como destino turístico tanto de viajeros internacionales como nacionales” (p. 16). Adicionalmente, el Turismo de Negocios es el más

reconocido, dado que recibe aproximadamente 700.000 visitantes. (Comisión Regional de Competitividad, 2010). De igual manera, en la ciudad capital no solamente se desarrolla este tipo de turismo, existe el Cultural, Vacacional, Gastronómico, Médico, de Bienestar, etc.

En particular, en cuanto al Turismo de Bienestar, el país posee características importantes que permiten desarrollarlo tales como aguas termales, paisajes, ambientes naturales, diversos servicios de relajación en hoteles, centros de estética, hidroterapia, tratamientos faciales, masajes; estos últimos pertenecientes a la subcategoría de SPA.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha evidenciado que son los hoteles quienes tienen una participación importante en Bogotá, dado que la ciudad cuenta con el 45% de SPA de este tipo del 100% que tiene Colombia (Tourism & Leisure, 2013). Adicionalmente, el país ocupa el quinto lugar en el Ranking latinoamericano de países destino de Turismo de Bienestar por la calidad de sus SPAS/Centros de Bienestar en el año 2014 (PTP, 2015). Lo que significa que existe una amplia oferta que permite atraer turistas a estos establecimientos, pero en contraste se evidencian falencias como insuficiencia de normatividad, ambigüedad en los servicios, capacitación de personal, manejo de un segundo idioma, entre otros.

Si bien ello ha representado dificultades para el buen desarrollo del turismo SPA, se resalta en particular, las deficiencias en torno a la normatividad, viéndose por ejemplo; la Resolución 2263 de 2004 donde se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones; la Ley 711 de 2001 por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética; la Resolución 2827 de 2006 por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental; la Resolución 797 de 2004 donde se explica el Reglamento de la Decisión 516 sobre control y vigilancia sanitaria de productos cosméticos.

Lo anterior, evidencia la poca claridad existente en temas relacionados con la razón de ser, el objetivo primordial, o la normatividad que delimite los servicios pertenecientes al Turismo SPA, es decir, aunque se determinen tratamientos, características o factores que le conciernen, ninguno

se dirige específicamente a la tipología, generando inconsistencias frente al deber ser de su infraestructura, el perfil del cliente interno y externo, servicios, conceptos, requisitos de calidad, manual de bioseguridad, definición de SPA. Es importante que lo anterior sea claro y específico para todas las personas, tanto del gremio como el público en general, con el fin de tener una oferta con estándares de calidad, de lo contrario se podría continuar percibiendo que cualquier sitio en condiciones no favorables se considere un SPA, situación nada conveniente para las apuestas del PTP y el futuro turístico de la ciudad.

Si bien el termino SPA ha venido siendo abordado desde diferentes perspectiva, dentro y fuera del sector turístico, cabe aclarar que para la presente investigación será entendido como: Lugar dedicado al bienestar, a la relajación gracias a profesionales que promueven la renovación del cuerpo, mente y espíritu en un entorno único (Programa de Transformación Productiva, 2013). Es decir, definición enmarcada en el sector turístico.

En consecuencia a lo anterior, se presenta una caracterización del Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a Cotelco) en Bogotá frente a los lineamientos del Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva teniendo en cuenta los diferentes actores que se involucran, como lo son la oferta, la demanda y el Programa de Transformación Productiva para poder identificar los obstáculos que se podrían presentar para cumplir el objetivo, por consiguiente se plantea la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuáles son las características de los SPA pertenecientes a los hoteles de la ciudad de Bogotá afiliados a COTELCO en relación con la propuesta que hace el PTP?*

3. JUSTIFICACIÓN

Con el paso del tiempo Colombia se ha dado a conocer a nivel mundial debido a la diversidad de tipos de turismo que se han desarrollado. Bogotá por ser la capital del país es una de las principales ciudades en cuanto a demanda de turistas y con los recursos que cuenta, ha logrado identificar nuevas oportunidades de desarrollo socioeconómico a nivel nacional e internacional, Proexport, -actualmente Pro Colombia-, (2011) plantea que “Bogotá cuenta cada vez con mayor

reconocimiento como destino turístico, con una oferta cultural a la altura de las grandes capitales del mundo. Productos y Segmentos: Historia y Cultura, Compras, Golf. Turismo Religioso, Turismo de Salud, Turismo de Negocios y Eventos (Congresos y Convenciones).” (p.12). Lo anterior hace énfasis en que Bogotá ha ampliado su oferta para poder atraer turistas, teniendo en cuenta que Pro Colombia (2015) afirma que “Bogotá y Bolívar son los departamentos que reciben el mayor número de llegadas de viajeros extranjeros no residentes a Colombia” (p.10). Por ende la ciudad cuenta con una oferta importante y adicionalmente es una de las más visitadas en el país, dándole así una importancia y reconocimiento tanto nacional como internacional, demostrando que expone de la mejor manera sus atractivos:

Bogotá, entonces, se perfila como uno de los principales destinos turísticos del país y de Latinoamérica. Y tiene con qué lograrlo. Su magnífica oferta cultural que incluye más de cuarenta museos, su arquitectura, su pasado colonial, su relevancia en la historia de Colombia como sede del virreinato, su estupenda y variada oferta hotelera y gastronómica, sus indicadores económicos y sociales que crecen, el manejo cada vez más responsable del espacio público, su clima y sobre todo, la calidez de su gente, son elementos que juegan a favor de la ciudad turística. (Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 2015, p.5)

Es muy importante tener en cuenta los datos mencionados, dado que la ciudad debe aprovechar todas las características que posee y los visitantes que recibe para exponer la variedad de tipos de turismo que están desarrollados y los que están empezando a fortalecerse.

El Turismo de Bienestar en Bogotá

Como se ha venido desarrollando, los tipos de turismo resaltados inicialmente no son los únicos con que cuenta la ciudad, existen otros como el Turismo de Bienestar, perteneciente al Turismo de salud y los SPA siendo uno de sus productos clave. Este se caracteriza por tener un gran potencial en Bogotá, ya que sobresale con cuatrocientos seis (406) SPA en hoteles y ciento cincuenta y seis (156) SPA individuales. Además, dentro de dicha categoría, los Hotel Resort SPA generaron el 66% de los ingresos en 2011 (Programa de Transformación Productiva, 2013). Lo anterior indica que se tiene la oferta para destacarse en el Turismo de Bienestar (SPA en hoteles) y poder contribuir al país para que sea líder en la región en el 2032 como lo propone el Programa de Transformación Productiva en su Plan de Negocios para el Subsector.

Con referente al documento mencionado, además de trazar el objetivo, recopila y analiza la situación del Turismo de Bienestar no solo en Bogotá sino en toda Colombia, explicando conceptos, mostrando estadísticas, proponiendo estrategias, haciendo proyecciones y dando a conocer proyectos bandera, sin embargo, carece de profundización en las problemáticas y beneficios de la ciudad de Bogotá, generando inconsistencias en la prestación de servicios y aspectos mencionados con anterioridad; por tanto la investigación quiere hacer énfasis en esto y propone una caracterización del Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a Cotelco) en Bogotá frente a los lineamientos del Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva con el fin de identificar las falencias que se presentan desde los conceptos manejados por los actores involucrados (Oferta, demanda, PTP), lo que contribuirá a cumplir el objetivo en el año 2032 sin complicaciones.

Es de aclarar que si no se identifican y analizan las falencias, el retraso del sector y en particular de la tipología, en la ciudad de Bogotá, no permitiría su crecimiento, y mucho menos que, como se ha venido mencionando, alcanzarían las apuestas del PTP, situación que sería un desperdicio y retroceso debido a las características y alcances del Turismo SPA.

Cabe agregar, que “el turismo de bienestar beneficia a transportadores, restaurantes, hoteleros, guías, terapeutas, centros de servicio de SPA, termalismo y talasoterapia, y a otros actores que conforman una cadena productiva que impacta positivamente el empleo productivo y la competitividad del sector” (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.2). Dicho lo anterior, es importante que el Turismo de Bienestar se desarrolle de manera rápida ya que como se evidencia en esta cita este tipo de turismo beneficia a todo el sector turístico. Adicionalmente, esta tipología puede generar empleo en la ciudad de Bogotá y eso por esto que se hace pertinente realizar esta investigación ya que sin ella no es posible ayudar al Programa de Transformación Productiva a dar una definición clara de lo que es el Turismo de Bienestar y a su vez incentivar a esta entidad a crear una normatividad específica acerca de los SPA con el fin de que para el 2032 ya no existan lugares que dicen llamarse SPA sin serlo, precisamente por no haber un documento que sustente las características que se deben tener.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a COTELCO) en Bogotá frente a los lineamientos del Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva con el fin de identificar las falencias que se presentan desde los conceptos manejados por los actores involucrados.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características de la oferta actual de SPA en Hoteles afiliados a COTELCO en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia.
- Conocer el concepto de SPA que tiene el turista con el fin de identificar las características percibidas frente al servicio recibido.
- Analizar las características y conceptos de Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a COTELCO) que tienen la oferta y demanda frente al Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia para identificar las dificultades que se presentan.

5. ANTECEDENTES

El origen de los SPA se remonta a tiempos pasados en que las aguas termales eran utilizadas con fines terapéuticos. Anteriormente se consideraba que los sitios que tomaran el agua inicialmente se llaman SPA, palabra que proviene del latín “Salutem Per Acqua”. Teniendo claro esto, es importante recordar que estos establecimientos ofrecen ventajas tales como la infraestructura al servicio de la comodidad y el gusto, es decir ofrecen variedad de opciones en cuanto a tratamientos, los cuales no siempre están vinculados con el uso del agua. Adicionalmente brindan servicios complementarios conocidos como yoga, tai chi y diversidad de masajes. Fuentes (2009) como se puede evidenciar, el Turismo de Bienestar tiene potencial para que se pueda desarrollar en la ciudad de Bogotá y a la vez sea líder para el año 2032 tal como lo propuso el Plan de Negocios Para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia.

CBI Ministry of Foreign Affairs (2014) dice que, a partir de los años setenta, el turismo de bienestar empezó a desarrollarse con rapidez como un componente del turismo de salud. Tiene que ver con el bienestar físico y mental, y se basa en la relajación y la prevención de enfermedades. El turismo de bienestar consiste en realizar un viaje o irse de vacaciones con el principal objetivo de buscar experiencias auténticas o típicas del lugar de destino, tratamientos o terapias que ayuden al bienestar físico y mental. Puede incluir, por ejemplo, balnearios y centros vacacionales que ofrezcan tratamientos variados, como masajes, desintoxicación, talasoterapia y tratamientos de belleza o ayurvédicos. El bienestar mental se centra en el yoga, la meditación y la concienciación, entre otros aspectos.

Para desarrollar el Turismo de Salud ya no es necesario realizar terapias con agua porque hoy en día este tipo de turismo se relaciona con la parte médica, la belleza, el ambiente, la salud y el bienestar. Se habla de Turismo de Salud debido a que de esta tipología de turismo se desprende el tema que se está tratando desde el inicio de este aparatado, por eso es pertinente definirlo como:

Una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termo-minero-medicinales y sus derivados (agua, peloides y algas), con la posibilidad de combinarlos con el sol y el clima;

a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencias establecidas por un médico; con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en pos de mejorar la calidad de vida del turista (Fuentes, 2009, p.13).

Sin embargo es de resaltar que el Turismo de Salud no solo se refiere a los termales sino que también tiene en cuenta a los SPA debido a que las personas llevan un ritmo de vida agitada y empiezan a tener estrés, insomnio, enfermedades, etc. y por eso a continuación se quiere mostrar investigaciones que se han realizado acerca del tema con el objetivo de comparar las causas por las cuales está creciendo el interés de esta subcategoría en los diferentes países del mundo.

Frente al tema, España reconocido como líder mundial en turismo y el segundo país en ingresos por esta causa a nivel mundial, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012-2015) menciona que el país se ha venido preocupando por ampliar la oferta, atendiendo las necesidades actuales de los visitantes a nivel internacional, para ello propone como tema de desarrollo el Turismo de Bienestar, ya que se evidencia que la población de los países no quieren envejecer, es decir que siempre quieren verse jóvenes, no sufrir problemas de obesidad y disminuir el estrés, lo que indica que España está en la capacidad de satisfacer esta necesidad que se presenta hoy en día.

El Turismo de Bienestar en España ha ido creciendo de forma rápida, hasta tal punto que se ha convertido en una fuente importante de negocio, porque combina perfectamente con otros tipos de productos turísticos como es el de sol y playa, cultural, etc (Escuela de Organización Industrial, 2013. p.31). Lo anterior se relaciona con que, hace algunos años España estaba preocupada porque la mayoría de turistas que los visitaban lo hacían en verano y por eso hoy en día este país ha ampliado su oferta en Turismo, ya que no podía dejar que el tema de la estacionalidad los perjudicara, pero ahora el Turismo de Bienestar se ha convertido en un complemento que permite que poco a poco los turistas no se fijen en el clima sino en los servicios que van a tomar.

El resurgimiento de los SPA en México ha sido más lento que en Europa y en Estados Unidos, sin embargo, también es más notoria la necesidad de la población por “estar en forma” y

comienza a haber mayor conocimiento y gran interés por la industria de los SPA. En México, el concepto de SPA se desarrolla en un mercado creciente en donde los hoteles de gran lujo o categorías superiores lo han incorporado como un valor agregado de los servicios que ofrecen, creando o adecuando instalaciones que, sin embargo, en muchos casos no están garantizando los servicios mínimos necesarios que deben tener los SPA. El concepto de turismo de SPAS no se encuentra suficientemente desarrollado aunque el nicho de mercado existe, sin lugar a dudas. Céspedes (2010) se considera que si los hoteles de México ofertan servicios de SPA, se encuentran en las mismas condiciones que otros países, es decir que si en estos establecimientos no venden servicios de calidad es por falta de una normatividad que indique las características que deben cumplir estos lugares para poder denominarse SPA, lo cual muestra que es urgente que se haga un documento donde estén las especificaciones correspondientes para que los ofertantes las coloquen en práctica y de esta manera se logre mayor reconocimiento en Turismo de Bienestar.

Por otro lado, se quiere mencionar que:

En el Simposio Turismo, Salud y Termalismo, celebrado en septiembre del 2008, Teresita Van Srate, brindó una conferencia sobre “El negocio del SPA en el Turismo Salud” en el cual hizo mención al rol que ocupan hoy en día los SPA dentro del Turismo de Salud, como modalidad turística en auge. (Fuentes, 2009, p.43).

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que los hoteles que prestan servicios de SPA no están en la necesidad de tener piscina, jacuzzi y sauna, ya que los turistas están interesados en la belleza, bienestar y la salud. Las personas que asisten a estos establecimientos lo que desean es tomar servicios de masajes tanto corporales como faciales. Adicionalmente, los huéspedes buscan tranquilidad, paz y privacidad. En conclusión, se destaca que tanto Colombia como otros países tienen los recursos para desarrollar Turismo de Bienestar (SPA) sino que se presentan falencias que no están solucionando rápidamente y que es de vital importancia que lo agilicen para que el turista sienta plena confianza al tomar estos servicios y que también empiecen a entender que es el Turismo de Bienestar.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se abordarán los conceptos correspondientes e importantes para que el lector se contextualice sobre los términos utilizados:

Turismo de Salud

Programa de Transformación Productiva (PTP) afirma: “Es el motivo por el cual una persona viaja fuera de su lugar de residencia con el principal objetivo de recibir servicios de salud a nivel médico o de bienestar” (PTP, Abril 2013).

“El Turismo de Salud se podría definir, por tanto, como una actividad de aplicación turística, de carácter minoritario, pero con alto potencial de crecimiento” (Torres, Secall, Fuentes y Martín, 2006, p. 249)

Turismo de Bienestar

Programa de Transformación Productiva (PTP) afirma: “Viajes con el objetivo primordial de realizar actividades de mantenimiento y reforzar la salud y bienestar” (PTP, Abril 2013).

El Turismo de Bienestar, se define como “la suma de todas las relaciones y fenómenos resultantes de un viaje y la estancia de personas que tienen como principal motivación preservar o promover su salud, se alojan en un hotel especializado que ofrece conocimientos adecuados y cuidados individuales y requieren un paquete de servicios integrados que incluye generalmente,

hidroterapia, vigorización física, dietética, relajación y actividad mental”. (Cubillo y Cerviño, 2008, p. 81)

SPA/Centros de Bienestar

El Programa de Transformación Productiva lo define de la siguiente manera: “Lugar dedicado al bienestar, a la relajación gracias a profesionales que promueven la renovación del cuerpo, mente y espíritu en un entorno único” (PTP, 2013, p.17)

Otro concepto es: “Se denominan SPAS a los centros que usan el agua común con fines de mejora del estado de salud, bienestar y belleza en sus más amplios términos” (Mourelle, Freire, Carretero, Mejjide y Maraver, 2009, p.63)

Programa de Transformación Productiva

Se define así: “El PTP es un programa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para transformar a la industria colombiana e impulsar el desarrollo de las empresas de 20 sectores estratégicos de la economía nacional, para que estas compitan y crezcan.” (PTP, 2013, p.3)

Medicina Curativa

Según el Programa de Transformación Productiva (2013) dice que es un “Tratamiento de una condición médica existente (sobrepeso, artritis, ortopedia, trasplantes, cirugía cardiovascular)” (p.3).

Medicina Preventiva

El Programa de Transformación Productiva (2013) lo define como “Tratamientos con el objetivo de prevenir futuros problemas médicos, gracias a controles y acciones médicas adaptadas” (p.3).

Serra & Aranceta (2006) afirma que la medicina preventiva son: “Actuaciones y consejos médicos ejecutados por el médico o sus colaboradores más cercanos en pacientes individuales, en el marco de los servicios clínicos asistenciales y basándose en conocimientos científicos aportados por la medicina” (p.6).

6.2 MARCO TEÓRICO

En este apartado se encontrará las diferentes investigaciones que se han realizado acerca del Turismo de Bienestar específicamente en SPA y como se ha venido desarrollando en la ciudad de Bogotá.

Evolución del Turismo de Bienestar

En la historia de la humanidad una de las actividades más conocidas es el turismo de salud. Antiguamente las personas se desplazaban especialmente para obtener tratamientos medicinales, los cuales giraban en torno al agua, el clima y el espiritualismo. En la actualidad se enfoca esta actividad principalmente en el área médica y hospitalaria, sin dejar de lado el cuidado del cuerpo y la mente (Barrigas, Farías, Ruiz, Sánchez & Jiménez, 2011).

En realidad el avance del Turismo de Bienestar (SPA) no es muy representativo en Colombia y tampoco en la ciudad de Bogotá pero sin embargo se puede resaltar lo siguiente:

La economía colombiana sigue mostrando un fuerte crecimiento y un aumento de los ingresos, por lo que más colombianos -en particular los habitantes de Bogotá y Medellín de alto poder adquisitivo- buscan estos servicios de belleza, relajación y tratamientos preventivos de salud. Según el informe Euromonitor en 2011, de los 13.350 millones viajes domésticos realizados sólo el 1 % (197.500 viajes) fueron para disfrutar de actividades de Spa (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.35).

Evolución del concepto de Spa

El origen de los SPA se remonta a tiempos pasados en que las aguas termales eran utilizadas con fines terapéuticos. Anteriormente se consideraba que los sitios que tomaran el agua inicialmente se llaman SPA, palabra que proviene del latín “Salutem Per Acqua”. Teniendo claro

esto, es importante recordar que estos establecimientos ofrecen ventajas tales como la infraestructura al servicio de la comodidad y el gusto, es decir ofrecen variedad de opciones en cuanto a tratamientos, los cuales no siempre están vinculados con el uso del agua. Adicionalmente brindan servicios complementarios conocidos como yoga, tai chi y diversidad de masajes. Fuentes (2009)

Programa de Transformación Productiva (2013) afirma que “La definición actual se entiende como un espacio de bienestar que no solo incluye zona de aguas. Ahora los SPA se conocen comúnmente como Turismo de Spa y en ocasiones es toma como sinónimo de turismo de bienestar Spa” (p.22).

6.3 MARCO NORMATIVO

En este apartado se dará a conocer las normas Colombianas relacionadas con los SPA, es de aclarar que ninguna es especializada en estos establecimientos porque como lo menciona el Programa de Transformación Productiva (2013) “El Turismo de Bienestar en Colombia es casi inexistente” (p.54). De acuerdo con la afirmación anterior, lo que se quiere mostrar es que este tipo de turismo aún no se ha desarrollado en su totalidad y es por esta causa que todavía Colombia y específicamente la ciudad de Bogotá carecen de una normatividad que indique las características que debe tener los SPA, que servicios pueden ofertar y que perfil deben de tener las personas que prestan estos servicios.

Las siguientes normas contienen temas que le conciernen al Turismo de Bienestar (SPA):

La primera es la “**Resolución 2263 de 2004 - Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones**” (Ministerio de la Protección Social, 2004, p.2). Esta resolución en el artículo 5º presenta unas condiciones generales que se pueden tener en cuenta para los SPA y a continuación se dará a conocer las más importantes:

- a) Disponer de áreas independientes que permitan el desarrollo cada una de las actividades propias de cada establecimiento;
- b) Cada área definida de trabajo deberá permitir el libre movimiento del personal;
- c) Las divisiones deben ser hidro-repelentes, antiadherentes y permitir o garantizar que pase aire limpio de un lado a otro;
- d) Contar con una sala de espera;
- e) Definir y garantizar la privacidad de las áreas o cabinas para aquellas actividades que así lo requieran;
- f) Las paredes, pisos y techos deberán ser en material no poroso, no absorbente, de fácil limpieza y desinfección;
- g) Los mobiliarios (sillas, mesas, camillas, etc.), deben ser en material lavable.

Después de haberse presentado la resolución anterior con unas condiciones a tener en cuenta, ahora es importante ver de qué trata la **“LEY 711 DE 2001 - Por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética”** (Ministerio de la Protección Social, 2001, p.2). Para esta ley se quiere resaltar el artículo 6° donde indica principios que un cosmetólogo debe hacer y que estos se pueden aplicar en un SPA:

- a) Deberá presentar en forma impecable, saludable e higiénica el centro de estética;
- b) Obtendrá de las autoridades la autorización, el permiso o concepto de ubicación que exigen las normas nacionales y normas locales complementarias;
- c) Utilizará equipos, instrumentos e implementos debidamente esterilizados, y empleará materiales desechables en procedimientos de estética;
- d) Dedicará el tiempo necesario al usuario en la prestación del servicio, con criterios de calidad, seriedad y honestidad;
- e) Aplicará sus conocimientos, habilidades y destrezas en forma consciente, sobria y saludable sobre usuarios que no presenten enfermedades notorias, notables o evidentes; de tener dudas, exigirá una certificación de un profesional de la medicina, con preferencia de un dermatólogo;

- f) Sólo aplicará y empleará medios diagnósticos o terapéuticos aceptados y reconocidos en forma legal;
- g) Sólo empleará o utilizará en sus procedimientos productos debidamente autorizados u homologados por el Invima.

Por último la **RESOLUCION 002827 DE 2006 - Por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental** “corresponde al conjunto de medidas preventivas, destinadas a mantener el control de factores de riesgo laborales procedentes de agentes biológicos, físicos o químicos, logrando la prevención de impactos nocivos, asegurando que el desarrollo o producto final de dichos procedimientos no atenten contra la salud y seguridad de trabajadores y usuarios” (Ministerio de la Protección Social, 2006, p.2). De acuerdo con lo que estipula la ley, los SPA pueden y están en la obligación de aplicar todo tipo de medida de precaución con el fin de prestar el mejor servicio y también evitar problemas legales.

6.4 MARCO GEOGRÁFICO

Para el desarrollo de la monografía es necesario conocer el lugar donde se está trabajando el tema de Turismo de Bienestar. Bogotá siendo la capital de Colombia, es una ciudad grande que presenta oportunidades laborales, turísticas y educativas, es por esto que la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C (2015) afirma que está ubicada en el Centro del país, en la Cordillera Oriental, la capital del país tiene una extensión aproximada de 33 kilómetros de sur y norte y 16 kilómetros de oriente a occidente y se encuentra situada en las siguientes coordenadas: Latitud Norte: 4° 35'56" y Longitud Oeste de Greenwich: 74°04'51".

Es de resaltar que el clima que presenta Bogotá es frío y cuando llueve se concentra mucho más, en ocasiones también se puede ver granizo. “La ciudad tiene un clima frío de montaña debido a la altitud (principalmente afectado por la nubosidad), que oscila entre los 7 y los 18 °C, con una temperatura media anual de 13 °C (similar al clima de la primavera septentrional)” (Secretaría Distrital de Planeación, 2009, p.15)

7. METODOLOGÍA

El tipo de metodología que se utilizó para desarrollar esta investigación es descriptiva; ya que se buscó las características y perfiles de los actores involucrados, como lo señala Hernández & Fernández (2003), “situaciones y eventos, especificando propiedades importantes de personas, grupos y comunidades, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis” (p.117).

Con referencia a lo anterior, da paso para aclarar que la investigación tendrá un enfoque mixto, teniendo en cuenta que la recolección de la información y análisis son cuantitativos y cualitativos.

Por lo anterior se propone lo siguiente:

Etapas 1. Revisión documental: Se quiere indagar sobre el Turismo de Bienestar (SPA) en la ciudad de Bogotá, para ello se revisaron documentos como artículos, normas, entre otros, teniendo en cuenta que se hizo mayor énfasis en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva. Para esta etapa se utilizó como instrumento la ficha RAE. Con lo anterior se busca responder los objetivos específicos uno y dos:

- Identificar las características de la oferta actual de SPA afiliados a Cotelco en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia.
- Analizar las características y conceptos de Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles afiliados a COTELCO) que tienen la oferta y demanda frente al Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia para identificar las dificultades que se presentan.

Etapa 2. Se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas y a profundidad para responder al segundo objetivo específico: Conocer el concepto de SPA que tiene el turista con el fin de identificar las características percibidas frente al servicio recibido. También se realizaron **encuestas** a personas que trabajan en algún SPA de la ciudad de Bogotá y que según su experiencia puedan definir y caracterizar los servicios que ofrecen, lo anterior buscando responder al siguiente objetivo específico: Identificar las características de la oferta actual de SPA en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia.

Etapa 3. Esta fase se enfoca a la organización y análisis de la información recogida a través de una matriz que permitió **caracterizar el Turismo de Bienestar (SPA) en Bogotá frente a los lineamientos del Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva con el fin de identificar las falencias que se presentan desde los conceptos manejados por los actores involucrados.**

7.1 MUESTRA

Para las entrevistas se escogerá una muestra homogénea, donde todos los participantes deben cumplir dos características: Ser o haber sido turistas en Bogotá y que hayan visitado un SPA en esta ciudad. Adicionalmente, se hará una entrevista a una persona del Programa de Transformación productiva, quien pueda ayudar a complementar la información sobre Turismo de Bienestar.

Pasando al enfoque cuantitativo es importante aclarar que el método que se utilizará es la muestra aleatoria simple probabilística para poblaciones finitas. Donde el margen de error es del 5%, el nivel de confianza es del 95% y el tamaño de la población es de 37 (hoteles que están afiliados a COTELCO ubicados en la ciudad de Bogotá que prestan el servicio de SPA.). Lo anterior dio un resultado de una muestra de 34 encuestas.

8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

8.1 REVISIÓN DOCUMENTAL

En el Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia fue creado en el año 2013 y en este se realizó un estudio sobre el Turismo de Bienestar en Colombia, dando a conocer el diagnóstico del país, seguidamente plantea estrategias, el plan de acción y las proyecciones que se quieren cumplir. En primer lugar hacen notar que del Turismo de Salud se desprende el Turismo Médico y el Turismo de Bienestar, a este último lo definen de la siguiente manera: “Viajes con el objetivo primordial de realizar actividades encaminadas al cuidado, a sentirse bien recibiendo tratamientos alternativos y a descansar” (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.13). Resaltando que todas las actividades que se realizan en este tipo de turismo se hacen con el objetivo del cuidado y el descanso de las personas con tratamientos convencionales y novedosos.

Seguidamente el documento aclara que los productos claves del Turismo de Bienestar son la Talasoterapia, el Termalismo y los SPA/Centros de Bienestar. Para el caso de los SPA, el Programa de Transformación Productiva (2013) lo define así: “Lugar dedicado al bienestar, a la relajación gracias a profesionales que promueven la renovación del cuerpo, mente y espíritu en un entorno único”. Donde resaltan el objetivo, el tipo de personas que desempeñan las funciones y la exclusividad del lugar. Pero también nombran la definición que le da la Asociación

Internacional de SPA (ISPA): “Lugar dedicado al bienestar general a través de una variedad de servicios profesionales que promueven la renovación del cuerpo, mente y espíritu”. Al comparar los dos conceptos se puede observar que son muy similares, solamente cambian algunas palabras, pero la idea sigue siendo la misma.

Adicionalmente, el documento del Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia también nombra los tipos de SPA: SPAS club, SPAS de día, SPAS de destino, SPAS médico, SPAS resort/hotel, SPAS de aguas de manantial y SPA en Hotel /Hospital. Teniendo en cuenta que no los define ni explica sus características, esto ayuda a que sea confuso el entendimiento de cada tipo de SPA. Para complementar, se indican cuáles son los tratamientos que hacen parte del SPA, mostrando la siguiente imagen:

El uso del agua no es imprescindible

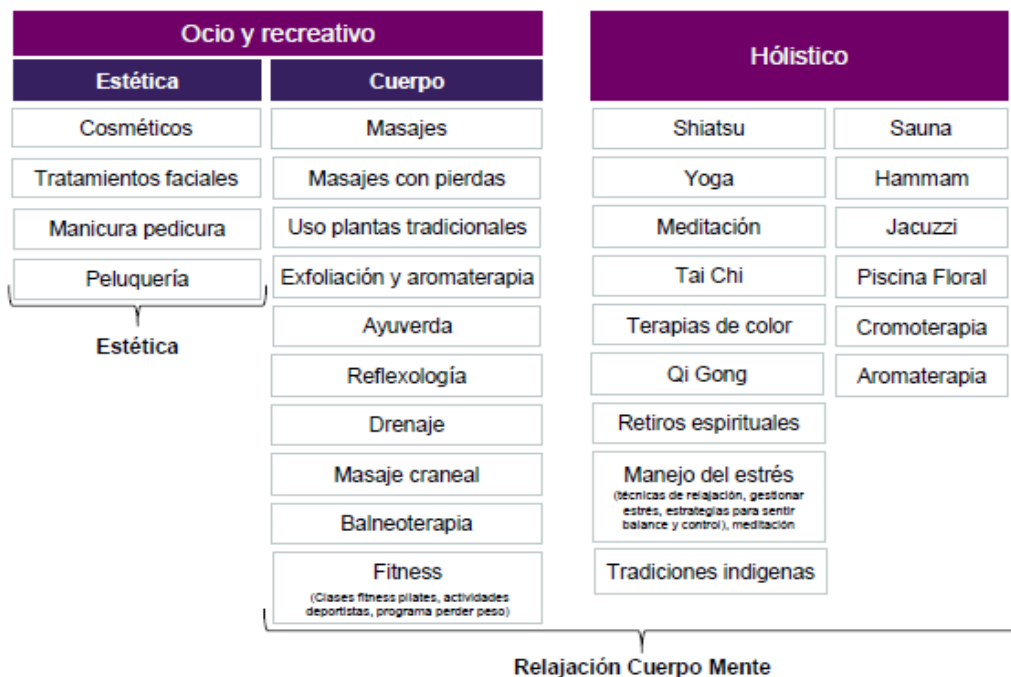


Figura2 Posible clasificación de tipos de tratamientos que se pueden hacer en general en un SPA o asociados con el SPA. Fuente: Programa de transformación Productiva. (2013)

Si se observa de manera detallada la imagen, se puede notar que la variedad de tratamientos que encierra los SPA es bastante amplia, ya que van desde tratamientos estéticos hasta retiros espirituales. Esta puede ser una razón por lo que algunos lugares se llaman a sí mismos SPA, sin tener los servicios y personal adecuado que eso conlleva. Pero también vale la pena hacer notar que hay muchos tratamientos que se nombran como el “Qi Gong”, que son novedosos y hasta desconocidos para muchos SPA en Bogotá. Es entonces donde se ve la necesidad de realmente indagar cuales son los tratamientos que se ofrecen en los SPA acá en la ciudad, para no generalizar y concluir que es lo mismo un SPA en Bogotá y en el resto del mundo. El Sr Toni Andrade (2014), quien es el Director de la Asociación Latinoamericana de SPA, afirma que:

“Las diferencias que yo veo entre Europa y Latinoamérica son las siguientes: en España y los países de Europa están muy bien segmentado y reconocidos, porque existe la Hidrología médica (Licenciatura en Medicina), que en España actualmente es la más avanzada del mundo. Nosotros vamos cada año a Ourense, España (Congreso de Termalismo / Termatalia España) donde la cultura del agua y sus beneficios tiene un alto nivel de profesionalización. Creo que hoy día España, por sus investigaciones y sus eventos, está llevando la delantera en el termalismo y es un ejemplo a seguir. En el caso de México y países latinoamericanos, lo que llamamos SPA es más que nada tratamiento profiláctico, preventivo, de belleza, masajes relajantes, curas anti-stress, uso de áreas húmedas (Sauna, Vapor Regaderas de Presión etc.)” (p.1)

Por tanto, mientras Europa es reconocida por los tratamientos con el agua y sus beneficios, Latinoamérica es llamativa por los tratamientos de SPA, lo que quiere decir que se percibe una diferencia importante, que debe usarse para dar a conocer los servicios y cualidades que se ofertan, teniendo en cuenta la calidad, el precio y la variedad. Adicional a esto, según la anterior cita, gracias a la Hidrología Médica, Europa ha podido crecer y sobresalir, lo que conlleva a deducir que la formación y la investigación son algunas de las bases que se deben desarrollar para el buen funcionamiento de las diferentes ramas del Turismo de Bienestar.

8.2 ENTREVISTAS A TURISTAS

La entrevista a profundidad fue el instrumento que se utilizó para conocer el concepto de SPA que tiene el turista con el fin de identificar las características percibidas frente al servicio recibido. Se realizaron seis entrevistas vía Skype a turistas que hubieran asistido frecuentemente a SPAS en Hoteles afiliados a COTELCO en Bogotá y esto permitió responder al segundo objetivo específico de la investigación.

En consecuencia a lo anterior, se puede analizar de las entrevistas (anexo 1) que las personas entrevistadas viven en otra ciudad o en otro país, visitaron un Spa en Bogotá en un rango de dos a seis meses y asisten a dicho establecimiento con una frecuencia que oscila desde semanalmente hasta cada 6 meses. Los motivos por los que los visitan son principalmente por hobby, estrés, descansar y cuidar la salud mental y física. Adicional, afirman que escogen el SPA al que quieren ir preguntando a personas que hayan visitado la ciudad para asegurarse de que es un buen lugar y ofrecen servicios en condiciones adecuadas, en algunos casos mirando páginas en internet, ya que pueden comparar precios e instalaciones y también se basan en los comentarios de las personas que escriben en dichas páginas web. Lo anterior, conlleva a que aseguren que hay suficiente oferta de SPA en Bogotá pero también encuentran Salones de belleza que ofrecen estos servicios, por lo que tiende a ser confuso dado a la diferencia de precios. También resaltan que si se habla de masajes, manicura y tratamientos corporales hay buena oferta y hasta precios adecuados, pero en cuanto a zonas húmedas la oferta tiende a ser limitada y con problemas de calidad.

Siguiendo con el análisis, manifestaron que la calidad es buena, ya que tienen visibles los certificados y registros, lo que los hace sentir seguros y en confianza. Adicional, sobresalen por el buen trato y la asepsia del lugar. Pero sienten que no hay mucha variedad de servicios, tienden a ser los mismos y en algunos casos con unos precios altos. También afirman que las zonas húmedas son adecuadas, pero que al momento de comparar con Europa o Estados Unidos se quedan atrás por la infraestructura, ya que tiende a ser en un pequeño espacio. Por otro lado, es

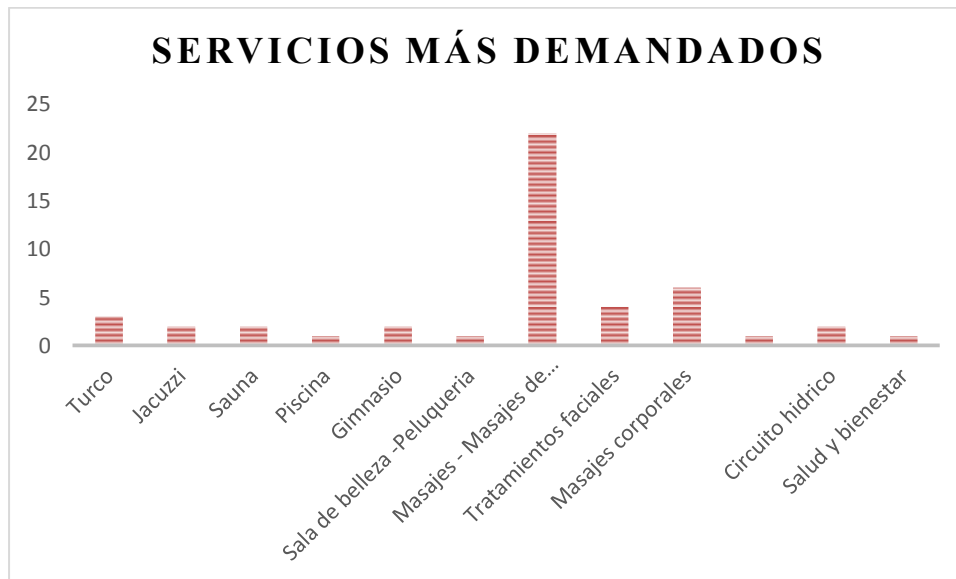
importante mencionar que los turistas dijeron que el personal que estuvo encargado de prestar los servicios si tenían el conocimiento que se necesita pero que es de suponer que no han tenido estudios técnicos ni profesionales para ejercer esta labor sino que a medida que ha pasado el tiempo ya han tenido experiencia. Algunas de las sugerencias de los entrevistados en estas preguntas es que se innove con prácticas y productos autóctonos, lo que ayudaría a marcar diferencia sobre otros SPA del mundo.

A manera de resumen final comparando los servicios ofertados con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia se afirma que Bogotá cuenta con una oferta alta de SPA pero que se necesita más innovación, perfiles laborales definidos, infraestructuras más impactantes, más publicidad y claridad por lo que se quiere dar a entender como SPA en Bogotá, con el fin de tener unos servicios de alta calidad y poder satisfacer a los clientes.

8.3 ENCUESTAS A SPA EN HOTELES AFILIADOS A COTELCO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

En este apartado se analizará el siguiente objetivo específico: Identificar las características de la oferta actual de SPA en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia. Para dar respuesta al objetivo mencionado, es importante recordar que en un inicio se realizó una prueba piloto en cinco hoteles de la ciudad, lo que ayudo a tener una mejor estructura de la encuesta y seguidamente se aplicó a treinta y cuatro hoteles afiliados a COTELCO, que tuvieran el servicio de Spa en sus instalaciones. Este instrumento se realizó via web con la ayuda de Encuestas Google. Adicionalmente, como se puede ver (anexo 2) se construyó una matriz de resultados que permitiera organizar la información que se obtuvo.

De esta matriz se puede decir que el 24% de los SPA encuestados están ofertando servicios de masajes y el 17% tratamientos faciales. Sin embargo se quiere nombrar que algunos de estos establecimientos tienen jacuzzi, sauna y turco pero aun así no son servicios que los clientes prefieran (ver grafica 1). Como se puede observar los SPA lanzan al mercado variedad de servicios simplemente porque no hay una normatividad que aclare las características que debe tener un SPA y es por esto que hoy en día se encuentran diferentes tipologías de SPA. Según el Programa de Transformación Productiva (2013) afirma: “No existe una definición oficial de un SPA, existen varias definiciones de lo que incluye un SPA” (p. 22). De lo anterior se analiza que este es un aspecto que causa una problemática y que no deja que el Turismo de Bienestar sea líder para el 2032 ya que no se le ha dado importancia de cómo se está entendiendo este tipo de turismo.

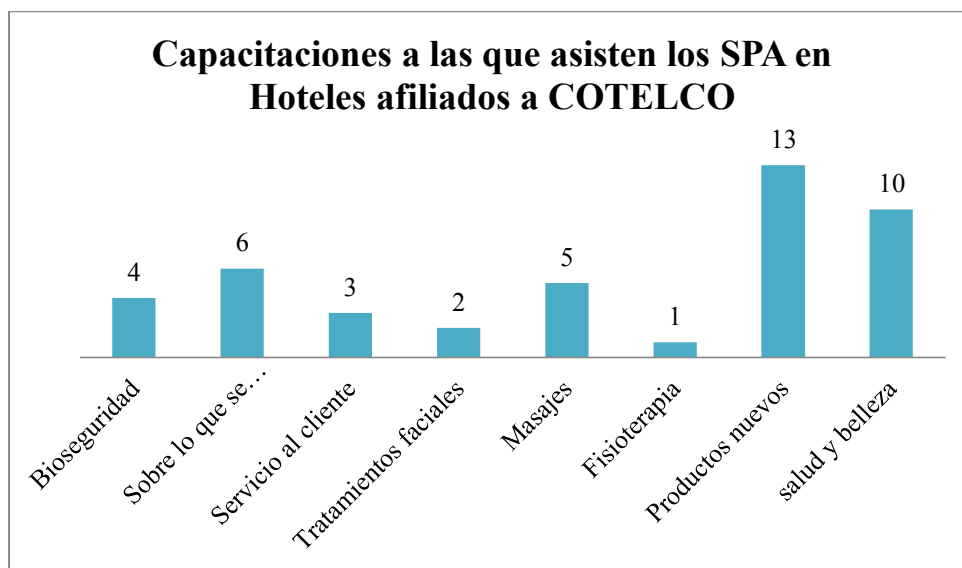


(Grafica 1)

Lo único que si se puede asegurar teniendo en cuenta las respuestas que se obtuvieron es que los SPA ofertan los servicios que se encuentran al principio del apartado porque el 15% de los clientes buscan relajación y descanso debido a que en la mayoría de los casos las personas que asisten al SPA son por causa de estrés laboral. Las personas que suelen tomar estos servicios son el 15% mujeres, el 22% extranjeros y el 23% se encuentran entre los 25 y 60 años de edad. Este es el perfil de los clientes que se maneja en estos establecimientos porque las personas en la

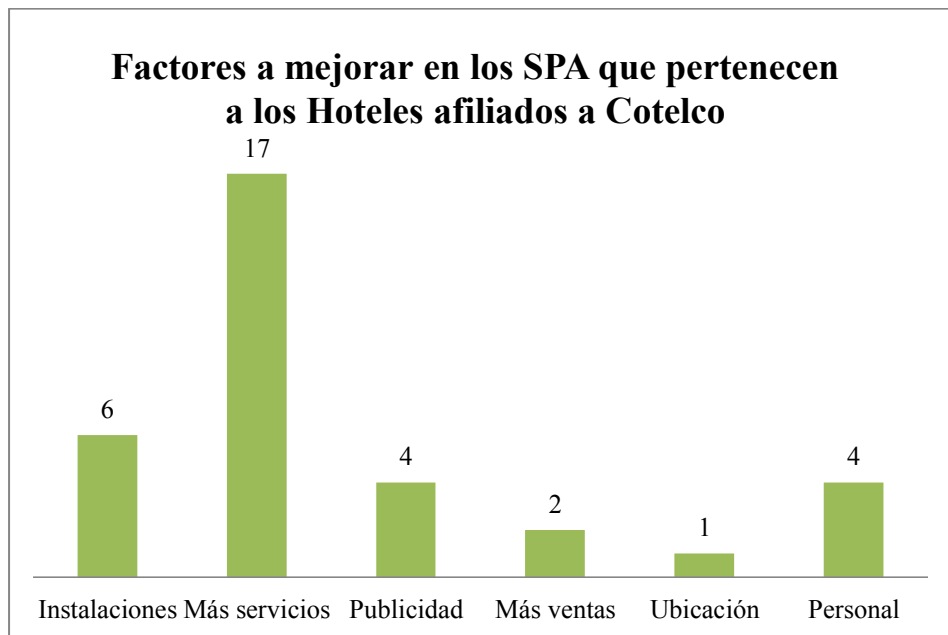
actualidad se preocupan por no envejecer, por enfermedades y en ocasiones por cambiar su estilo de vida. Las encuestas arrojaron que el 15% de los clientes llegan a hoteles de Bogotá que tengan un SPA en las fechas especiales porque es la oportunidad de realizar actividades diferentes a la de todos los días.

Seguidamente se preguntó sobre los conocimientos que deben tener las personas que trabajen en los SPA en hoteles afiliados a COTELCO donde el 29% respondieron que deben ser profesionales en estética y tener conocimiento en salud y belleza. Se puede notar que el personal no necesariamente debe tener un título para realizar sus funciones, con el conocimiento que tenga sobre las prácticas es suficiente. Lo anterior representa un riesgo tanto para los clientes quienes son los que reciben el servicio, como para las mismas personas que trabajan en el SPA. Otro tema que se tocó en cuanto al personal, fue a qué tipo de capacitaciones asistían, donde indicaron que la mayoría de veces iban a capacitaciones y lanzamientos de productos nuevos, donde mostraban el producto con sus beneficios y métodos de aplicación. Dejando de lado muchos temas importantes, como nuevas prácticas, actualización de normas, servicio al cliente, entre otros, que también deben sobresalir en los SPA.



(Grafica 2)

En cuanto a la pregunta que se refiere las mejoras que les gustaría tener en el SPA, con el 50% sobresale la opción ofrecer más servicios (ver grafica 3), donde también indicaban que entre más variedad, el cliente se sentía más atraído y por tanto finalmente decidía tomar los servicios. Esto en contraste con la ubicación, la cual tuvo el menor porcentaje, lo anterior es porque los SPA de cierto modo se sienten respaldado por el prestigio y reconocimiento del hotel al que pertenecen.



(Grafica 3)

También se quiso conocer si los SPA encuestados tenían algún tipo de reconocimiento nacional y/o internacional, donde la mayoría nombró el certificado de la Secretaria de Salud para poder funcionar, seguidos de reconocimientos de Trip Advisor o Booking, estos dos últimos se refieren a la calidad de los servicios tanto del Hotel como del SPA. Este factor es importante que se tenga en cuenta, si no hay un ente que certifique la calidad de los servicios, el cliente no a va a tener la seguridad y confianza de asistir a un SPA. Para finalizar se les pregunto sobre como consideraban la competencia, donde el 64% piensa que es alta, ya que en el momento casi todos los hoteles buscan ofertar tratamientos de SPA, con el objetivo de atraer clientes y cubrir sus necesidades.

9. CONCLUSIONES

La presente monografía se define en tres objetivos específicos y uno general, de los cuales se desprenden las siguientes conclusiones:

Para el primer objetivo específico que es ***“Identificar las características de la oferta actual de SPA en la ciudad de Bogotá con el fin de analizar los servicios ofertados y compararlos con las características presentadas en el Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia”***. Se destaca que los SPA encuestados, presentan casi la misma cantidad y variedad de servicios, mientras que en el Plan de Negocios muestran aproximadamente treinta tipos de servicios que se podrían ofertar, teniendo en cuenta que hay algunos como el Tai Chi que son novedosos y se refieren a prácticas de lugares fuera de Colombia. También es importante nombrar y hacer ver que el Programa de Transformación Productiva muestra un concepto muy amplio de lo que es un SPA, lo cual ayuda a que cada uno pueda interpretarlo de diferente forma y así mismo formar y mostrar diferentes servicios en el SPA, teniendo la satisfacción de ayudar al bienestar tanto de mente como de cuerpo de sus clientes.

En cuanto al personal, según el establecimiento, sus prioridades y servicios así mismo son los requisitos que exigen a sus empleados, no hay un tipo de estudio en específico que sea necesario para trabajar en un SPA. Al igual, convocan personas que tengan más habilidades como servicio al cliente, idiomas, manejo de algún software, etc. Lo anterior permitirá tener colaboradores integrales que permitan el buen funcionamiento del lugar. Siendo este un aspecto importante, pero a la misma vez se ve la necesidad de crear estudios que formen a estas personas que desean trabajar en un SPA.

Ahora bien, es importante especificar que las personas que trabajan en los SPA no cuentan con una segunda lengua, aspecto que se identifica como una falencia ya que el no manejar inglés

dificulta una buena comunicación entre el huésped y el prestador de servicio. Es fundamental establecer una buena comunicación debido a que esto permite saber con claridad que es lo que desea el cliente y al mismo tiempo permite que se siente en confianza.

Se concluye que el Programa de Transformación Productiva debe darle mayor prioridad a la normatividad que determine cuáles son las características de los SPA en Hoteles ya que como se puede observar en las encuestas realizadas para responder a este objetivo, los SPA no tienen claro que servicios pueden ofertar, que estudios debe tener el personal para trabajar en este tipo de establecimientos y principalmente no está claro que es un SPA. Por ende se deduce la necesidad de una normatividad para estos lugares, lo que contribuirá a que los turistas interesados en el Turismo de Bienestar se sientan más seguros de la calidad de los servicios que desean tomar y a su vez de los productos que se utilizan para hacer los diferentes tipos de tratamientos.

En cuanto al segundo objetivo específico, ***“Conocer el concepto de SPA que tiene el turista con el fin de identificar las características percibidas frente al servicio recibido”***, se concluye que según las entrevistas realizadas, los turistas notan la diferencia entre un SPA en Bogotá y un SPA en otro lugar, sobre todo si se trata de Europa y Latinoamérica, indicando que los de estos lugares tienden a ofrecer más servicios, los cuales les permiten conocer nuevas prácticas y productos para la relajación y bienestar de las personas. Cabe anotar que aunque hacían la comparación con otros SPAS, no se percibe que la calidad del servicio sea de bajo nivel, por el contrario lo destacan, pero sería un plus si hubiera una amplia variedad de servicios.

Es indispensable aclarar que usualmente para los turistas un SPA se refiere a masajes ya sean corporales o faciales debido a que estos servicios son los más demandados gracias a que en la mayoría de los casos buscan relajación, descanso y tranquilidad. Por tanto es necesario lanzar nuevos servicios y darlos a conocer en su totalidad, sus beneficios, el producto que se va a utilizar y la forma en que se realiza. Con lo anterior logrando que el usuario pueda abrir la mente a nuevas prácticas y pueda relacionar y entender el Turismo de Bienestar. Pero es necesario que se

tenga un concepto adecuado para que tanto oferta como demanda puedan hacer sobresalir dicho tipo de turismo.

Adicionalmente, consideran que las instalaciones cumplen con los requisitos mínimos de limpieza y los empleados hacen notar que tienen experiencia y conocimiento sobre las funciones y tratamientos que realizan, lo que es un beneficio para el reconocimiento y confianza hacia el SPA. Por otro lado, el precio se considera aceptable frente a los servicios, calidad, condiciones del lugar, entre otros. Se concluye que el usuario estaría dispuesto a pagar según las condiciones y los servicios, ya sea un precio mayor o menor.

El tercer objetivo específico que es ***“Analizar las características y conceptos de Turismo de Bienestar (SPA) que tienen la oferta y demanda frente al Plan de Negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia para identificar las dificultades que se presentan”***. Se finiquita que tanto la oferta como la demanda tienen aspectos en común pero que ninguna entidad pública o privada ha lanzado un documento que diga cuál de las dos partes está en lo cierto por lo tanto esto se convierte en una dificultad que no deja que esta tipología de turismo avance y pueda ser líder para el 2032 ya que existen diferentes clases de SPA. Por otro lado es importante que el Programa de Transformación Productiva de a conocer más el Plan de Negocios para que los SPA se asemejen a las verdaderas características que deben de tener y finalmente poder llegar a un concepto claro de SPA.

Falencias tales como que hoy en día ya no es suficiente para los clientes ver un establecimiento que diga SPA sino que están exigiendo calidad tanto del servicio que se les oferta como lo de los productos que manejan, por eso es la importancia de que haya una certificación de calidad que especifique los aspectos mencionados anteriormente, ya que esto permite que el cliente se sienta seguro del servicio que está tomando y pague sin ningún problema lo que el lugar establece. Es de resaltar que tanto los SPA como el Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia tienen claro que los servicios que se ofertan están enfocando a

la relajación, el bienestar y a mejorar la calidad de vida de las personas a través de tratamientos corporales y mentales.

Finalmente, como se evidencia en los Raes realizados, también Colombia tiene la posibilidad de aprovechar que los extranjeros que vienen por otra tipología de turismo deben empezar a mostrarles el Turismo de Bienestar y hacerlo ver como un complemento, dándole así más reconocimiento y poder incrementar el número de personas que disfrutan del Turismo de Bienestar.

10. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta todo el proceso realizado a lo largo de esta monografía que se titula caracterización del Turismo de Bienestar (SPA en Hoteles) en Bogotá frente a los lineamientos del Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia propuesto por el Programa de Transformación Productiva, se recomienda lo siguiente:

En primer lugar, el Programa de Transformación Productiva debe hacer todo lo que esté en su alcance para participar en Ferias relacionadas con SPA y turismo como Termatalia (Feria Internacional de Turismo Termal), Fitur, Vitrina Turística de ANATO, etc. Con el fin de dar a conocer el Turismo de Bienestar (SPA) y de esta manera lograr que las personas empiecen a interesarse por tomar este tipo de servicios que están enfocados a la relajación. Además, se debe ver como una oportunidad para promocionar los servicios y mostrar los beneficios que tiene. También es necesario crear una asociación, la cual sea enfocada en los SPA con el fin de ayudar a resolver problemas del sector, desarrollar actividades de formación, impulsar el desarrollo de la industria, promover ideas innovadoras, entre otras. Es de aclarar que hace poco se creó la Asociación Colombiana de Turismo de Bienestar, lo que podría ayudar a potencializar la asociación propuesta.

En segundo lugar, como se ha venido mencionando en apartados anteriores, el Programa de Transformación Productiva debe impulsar de forma inmediata una normatividad que aclare las características, el concepto y los servicios que los SPA pueden ofertar, ya que “cualquier proveedor, con algún tipo de servicio orientado a la salud, puede y se llama a sí mismo, SPA” (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.22). Para evitar esta afirmación es de carácter urgente una reglamentación que obligue a estos establecimientos a cumplir con ciertos parámetros y así poder garantizar calidad al cliente.

En tercer lugar, los SPA deben contratar personas integrales, es decir, capacitadas en todos los servicios que se pueden ofrecer en un SPA, conocimientos en servicio al cliente e idiomas. También es importante que la empresa brinde capacitaciones para que haya actualizaciones sobre los tratamientos, procesos, productos, proveedores, etc. Lo anterior debe ser frecuente para todo el personal sin excepción.

En resumen, las recomendaciones que se dieron son las que el Programa de Transformación Productiva debe colocar en práctica lo más pronto posible con el fin de disminuir aquellas dificultades que se presentan y así llegar hacer líderes en Turismo de Bienestar en el 2032 en Colombia específicamente en la ciudad de Bogotá.

11. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2012). *Proyecto 0740: Bogotá Ciudad Turística para el Disfrute de Todos*. Recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/740_formulacion_proyecto.pdf

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2015). *Ubicación de la ciudad*. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/ciudad/ubicacion>

Anato (2013). *Plan de Turismo de Bienestar*. Recuperado de [http:// www.anato.org /index.php /vitrina/265-plan-de-turismo-de-bienestar](http://www.anato.org/index.php/vitrina/265-plan-de-turismo-de-bienestar)

Área de fomento de la Competitividad Turística (2014). *Turismo de salud y bienestar en la Comunitat Valenciana. Balance 2013*. Recuperado de [http:// www.turisme.gva.es/ turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Turismo_Salud_Balance_2013_septiembre2014.pdf](http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Turismo_Salud_Balance_2013_septiembre2014.pdf)

Barriga, A., Farías, M., Ruiz, A., Sánchez, A., & Jiménez, W. (2011). *Turismo en Salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia*. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/sv/article/viewFile/226/167>

Crosby, A., Moreda, A. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Recuperado de [https:// books.google.es /books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA9&dq=definicion+de+turismo&hl=es&sa=X&ei=403VOyrOYzCggTByYNg&sqi=2&ved=0CCAQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20turismo&f=false](https://books.google.es/books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA9&dq=definicion+de+turismo&hl=es&sa=X&ei=403VOyrOYzCggTByYNg&sqi=2&ved=0CCAQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20turismo&f=false)

Comisión Regional de Competitividad. (2010). *Plan Regional de competitividad Bogotá y Cundinamarca 2010-2019*. Recuperado de [http:// www.sdp.gov.co /portal/page/portal/PortalSDP/SeguimientoPolíticas/políticaIntegración Regional/ Documentos/PA002-3PlanRegionalCompetitividad.pdf](http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/SeguimientoPolíticas/políticaIntegraciónRegional/Documentos/PA002-3PlanRegionalCompetitividad.pdf)

Constitución de la Organización Mundial de la Salud, (2006). *Documentos básicos, suplemento de la 45a edición*. Recuperado de [http:// www.who.int /governance/eb/who_constitution _sp.pdf](http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_sp.pdf)

Congreso de la República. (2001). *Ley 711 de 2001*. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14756>

CBI Ministry of Foreign Affairs. (2014). *Ficha informativa sobre producto del CBI: Turismo de bienestar en Latinoamérica para los mercados de Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido*. Recuperado de <https://www.cbi.eu/sites/default/files/study/producto-informativa-wellness-turismo-francia-paises-bajos-italia-espana-a-latin-america-turismo-2014.pdf>

Instituto Distrital de Turismo. (2014). *Investigación encuesta de viajeros 2013*. Recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/documento_viajeros_final_publicacion_.pdf

Cubillo, J., C, J. (2008). *Marketing Sectorial*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=JNYK0o3r2h4C&pg=PA81&dq=que+se+entiende+por+turismo+de+bienestar&hl=es#v=onepage&q=que%20se%20entiende%20por%20turismo%20de%20bienestar&f=false>

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=9UDXP4U7aMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Google maps. (2015). Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Bogot%C3%A1+Bogota,+Colombia/@4.283435,-74.22404,9z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x8e3f9bfd2da6cb29:0x239d635520a33914>

Hernández, S., & Fernández, C. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

Instituto Distrital de Turismo. (2014). Investigación encuesta de viajeros 2013. Recuperado de [http:// www.bogotaturismo.gov.co/ sites/default/files/documento _viajeros_ final_ publicacion_.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/documento_viajeros_final_publicacion_.pdf)

Instituto Distrital de Cultura y Turismo. (2015). *Plan de competitividad turística de Bogotá*. Recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/plan_ctb_final_oct_2006.pdf

López, J, Pinuaga, J. (2000). *Panorama actual de las aguas minerales y minero – medicinales en ESPAÑA*. Recuperado de [https:// books.google.com.co/books ?id=crEeo9TWbF0C&pg=PA74&dq=talasoterapia+termalismo+y+SPA&hl=en&sa=X&ei=ipoQVf1E5DngwTInYKwBA&ved=0CEcQ6AEwBA#v=onepage&q=talasoterapia%20termalismo%20y%20SPA&f=false](https://books.google.com.co/books?id=crEeo9TWbF0C&pg=PA74&dq=talasoterapia+termalismo+y+SPA&hl=en&sa=X&ei=ipoQVf1E5DngwTInYKwBA&ved=0CEcQ6AEwBA#v=onepage&q=talasoterapia%20termalismo%20y%20SPA&f=false)

McKinsey&Company. (2009). *Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia*. Recuperado de [https:// www.ptp.com.co /documentos /Plan%20de%20Negocios %20 Turismo%20de%20Salud.pdf](https://www.ptp.com.co/documentos/Plan%20de%20Negocios%20Turismo%20de%20Salud.pdf)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Impulso al Turismo de Bienestar para incrementar el empleo y los ingresos del país*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=6280&dPrint=1>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012 – 2015). *Plan Nacional e integral de Turismo*. Recuperado de [http:// www.lamoncloa.gob.es/ eSPAna/eh14/ economia/ Documents/Plan%20Nacional%20e%20Integral%20de%20Turismo%20%28PNIT %29%202012-2015.pdf](http://www.lamoncloa.gob.es/eSPAna/eh14/economia/Documents/Plan%20Nacional%20e%20Integral%20de%20Turismo%20%28PNIT%29%202012-2015.pdf)

Ministerio de la protección Social. (2004). *Resolución 2263 de 2004*. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21035>

Ministerio de la protección Social. (2006). *Resolución 2827 de 2006*. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21034>

Mourelle. M., Freire, A., Carretero, M., Meijide, R., Maraver, F. (2009). *Técnicas hidrotermales y estética del bienestar*. Recuperado de [https:// books.google.com.co/ books?id=8BHWf3L8nBUC&pg=PA251&dq=centro+de+SPA /bienestar&hl=es 419&sa=X&ei=eSn4VN7OIoqkNpb0gogJ&ved=0CCMQ6AEwAA #v=onepage&q=centro%20de%20SPA%2Fbienestar&f=false](https://books.google.com.co/books?id=8BHWf3L8nBUC&pg=PA251&dq=centro+de+SPA/bienestar&hl=es419&sa=X&ei=eSn4VN7OIoqkNpb0gogJ&ved=0CCMQ6AEwAA#v=onepage&q=centro%20de%20SPA%2Fbienestar&f=false)

Muñoz, F. (2003). *El turismo explicado con claridad*. Recuperado de [https:// mail.google.com /mail/u/0/?pli=1#inbox/14bd1557a32d2250](https://mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#inbox/14bd1557a32d2250)

Programa de Transformación Productiva. (2013). *Sector Turismo de Bienestar incrementara empleo e ingresos del país*. Recuperado de [https:// www.ptp.com.co /contenido /contenido.aspx?conID=311&catID=1](https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?conID=311&catID=1)

Programa de Transformación Productiva. (2013). *Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia*. Recuperado de [https:// www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Ejecutivo%20190413.pdf](https://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Ejecutivo%20190413.pdf)

Programa de Transformación Productiva. (2013). *Nace la Asociación Colombiana de Turismo de Bienestar*. Recuperado de <https://www.ptp.com.co/documentos/Nace%20la%20Asociaci%C3%B3n%20Colombiana%20de%20Turismo%20de%20Bienestar.pdf>

Proexport Colombia, (2011). *Turismo en Colombia una Oportunidad de Inversión*. Recuperado de [http:// www.inviertaencolombia.com.co/ Adjuntos/086_Brochure %20INV%20Turismo %20 ESP-web.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086_Brochure%20INV%20Turismo%20ESP-web.pdf)

Proexport Colombia (2014). *Informe TEC*. Recuperado de http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/tec_junio_2014_final.pdf

ProMéxico. (2013). *Turismo de salud*. Recuperado de [http:// embamex.sre.gob.mx/canada /images/2013/turismo_de_salud_esp.pdf](http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/2013/turismo_de_salud_esp.pdf)

Sampieri, R., Fernandez, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de [http:// www.academia.edu /6399195/Metodologia_de_la_ investigacion_5ta_Edicion_ Sampieri](http://www.academia.edu/6399195/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion_Sampieri)

Secretaría Distrital de Planeación, (2009). *Conociendo Bogotá y sus localidades*. Recuperado de [http:// www.sdp.gov.co /portal/page/portal/PortalSDP /ciudadania/Publicaciones_SDP /21_bogota_%20D_C_monografia_jul_2009.pdf](http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/ciudadania/Publicaciones_SDP/21_bogota_%20D_C_monografia_jul_2009.pdf)

Secretaria General de la Comunidad Andina. (2004). *Resolución 797 de 2004*. Recuperado de https://www.invima.gov.co/images/stories/normatividad/resolucion_797_2004.pdf

Subsecretaria de Planeación y Política Turística. (2014). *Resultados de la actividad turística Enero – Diciembre 2013*. Recuperado de http://consulmex.sre.gob.mx/montreal/images/Consulado/Comunicado/rat2013_18feb14.pdf

Serra, L. y Aranceta, J. (2006). *Nutrición y Salud Pública*. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=LVk80_G_QegC&pg=PA6&dq=medicina+curativa+y+preventiva+concepto&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjBq7eTpoLMAhXKWh4KHSZHCFAQ6AEIGjAA#v=onepage&q=medicina%20curativa%20y%20preventiva%20concepto&f=false

Tourism & Lusure (2013). *Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia*. Recuperado de <https://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Ejecutivo%20190413.pdf>

Torres, E., Secall, R., Fuentes, R., Martín, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA249&dq=que+es+turismo+de+salud&hl=es-419&sa=X&ei=nyf4VMX6LMYXgwSWs4L4CA&ved=0CCQQ6AEwAA#v=onepage&q=que%20es%20turismo%20de%20salud&f=false>

12. ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTAS A TURISTAS

ENTREVISTA 1

La siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, de la carrera Administración Turística y Hotelera y es con fines académicos. Gracias por su colaboración.

1. Buenos días, me indica por favor su nombre y profesión

Diana Marcela Quiros, Odontóloga

Actualmente tengo mi propio consultorio en Puerto Montt (Chile), cabe resaltar que soy colombiana y hace más o menos año y medio decidí crecer profesionalmente en Chile.

2. ¿Hace cuánto estuvo en un SPA en Bogotá?

Exactamente hace seis meses porque en Bogotá vive mi familia lo cual hizo que se presentara la oportunidad de ir a un SPA con motivo de relajarme y despejarme un poco porque sinceramente tener mi propio consultorio me causa mucho estrés, usted no me lo está preguntando pero ese estrés me da solo de pensar en que no pueda cumplir mis metas en el sentido económico, es decir que el dinero que entre no sea el suficiente para subsistir entonces lo que busco es un espacio donde pueda dejar ese estrés y pues de alguna manera salir de la rutina.

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron en el SPA fueron de calidad?

Si claro, la verdad se nota un gran esfuerzo por complacer a las personas que vamos a estos lugares, claro está que como en todo lugar hay pequeños detalles que mejorar pero son cosas que pueden pasar desapercibidas, en general si me ofrecieron servicios de calidad.

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

Pienso que se debe mejorar las zonas húmedas porque aunque hay SPAs que tienen este servicio el eSPAcio que esta adecuado para esto no es muy amplio y pues considero que la mayoría de SPAs no prestan este servicio pero para nosotros como clientes si es importante que lo tenga.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Si claro no solo hoteles de buena categoría son los que prestan servicios de peluquería, masajes de toda clase y tratamientos faciales sino que hoy en día se ve mucho que en los barrios los salones de belleza prestan servicios de SPA pero pienso que se debería definir ciertas reglas que cumplir para que se diferencie un salón de belleza con un SPA lo digo más que todo por los salones de belleza que dicen prestar servicios de SPA porque no se sabe que tan seguro sea por ejemplo los productos que manejan o que tan capacitadas están las personas que hacen los masajes en cambio imagino yo que los hoteles si se preocupan un poco más o cierta organización les exige cumplir reglas que garantizan al cliente total seguridad.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

Considero que si, como lo dije anteriormente los hoteles se preocupan mucho por prestar un excelente servicio y se ve que cada día trabajan por mejorar en lo que se está fallando por eso también me parece súper importante el buzón de sugerencias que tienen los hoteles porque siento que si le prestan atención a lo que colocamos pero pues ya ha lo que se refiere a los salones de belleza la verdad no podría dar una opinión de los precios en cuanto al servicio de SPA que últimamente prestan.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

Si claro, se nota que el personal está capacitado siempre responden a las dudas que uno tiene, le dan recomendaciones, los masajes los hacen de una manera cuidadosa y pues ante todo manejan muy bien lo que es la higiene.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios?

Simplemente porque me lo recomendaron porque como dije en una de las primeras preguntas yo tengo donde hospedarme cuando viajo a Bogotá y pues aparte de que fui por estrés y todo lo demás lo hice como por curiosidad y pues la verdad me siguió gustando pero pues me gusta variar el SPA con la intención de comparar y conocer.

9. ¿Las instalaciones estaban limpias?

Si claro las instalaciones del hotel estaban limpias además en cuanto se ve un poquito sucio alguna parte del SPA de una vez las están limpiando y arreglando, esto es un aspecto realmente importante porque pues se ve que el personal está capacitado para satisfacer las necesidades de los clientes y que se ve que se preocupan por el bienestar de los clientes.

10. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

Principalmente por estrés, por hacer una actividad diferente aunque debo confesar que después que se va la primera vez uno quiere seguir yendo porque realmente uno si se relaja tanto mental como físicamente y pues como he venido diciendo la atención que se le presta al cliente es excelente o bueno al menos a las parte donde yo he tenido la oportunidad de ir.

11. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

Realmente por ahí cada seis meses porque pues lo hago cuando ya me siento muy agobiada y pues también cuando saco el tiempo y pues si se presenta alguna ocasión especial pues mejor aún.

12. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido?

Pues aparte de que he visitado en Bogotá pues aquí mismo en Chile.

¿En qué ciudad o país?

Chile (Puerto Montt)

ENTREVISTA 2

1. Buenos días, me indica por favor su nombre y profesión

Mi nombre es Sandra Angarita, mi profesión es instrumentadora quirúrgica y llevo ejerciéndolo aproximadamente seis años. No me desempeño directamente en las salas de cirugía, siempre he estado en la parte de mercadeo y pues la verdad me gusta mucho porque no tengo que dedicar todo mi tiempo en una clínica.

2. ¿Hace cuánto estuvo en un SPA en Bogotá?

Estuve hace tres meses, me encanto por el cambio de ambiente, porque realmente uno se relaja y ocupa la mente en otras cosas fuera de lo familiar y laboral, igualmente esa es la idea pero lo que quiero decir es que los SPA si logran su objetivo que es brindar bienestar y relajación a los huéspedes pero siempre pensando ofrecer servicios de calidad.

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron en el SPA fueron de calidad?

Pienso que sí, hoy en día no solo los SPA sino la mayoría de empresas se preocupan por ofrecer calidad porque es la manera de competir y porque de alguna manera logran fidelizar a los clientes o huéspedes

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

Me parece que se deben ofrecer más servicios que no sean los mismos de peluquería, masajes y tratamientos faciales, sinceramente me gustaría innovar, probar otros servicios y también considero que los hoteles deberían de tener el SPA allí mismo para que el huésped no tenga que desplazarse.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Pienso que sí, si no más en internet muestran la cantidad de SPAs que hay no solo los que están en los hoteles sino que también los que se encuentran en los barrio que uno no sabe

cuál escoger porque prácticamente todos dicen que ofrecen los mismos servicios y que todos ofrecen una excelente calidad. Realmente creo que lo que me hace escoger es el precio, la ubicación y pues las fotos que muestran del lugar ya que es como la imagen que uno puede tener de donde va a ir.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

Para los servicios que tome la última vez que fui al SPA si me parece que los precios se justifican sobre todo porque el personal se esforzó por dar lo mejor de sí, esto es algo que impacta a simple vista y muchas veces esto hace que no se le da gran importancia al precio.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

La mayoría del personal se veía capacitado pero realmente note que habían dos personas nuevas pero sin embargo las niñas se veían con ganas de aprender y de complacer al cliente en su totalidad.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios?

De esto hable un poco en una de las preguntas anteriores y quiero decir que lo hice teniendo en cuenta la zona donde está ubicado si estaba dentro de un hotel, precio y también tengo en cuenta los comentarios que hacen las personas en las páginas del SPA.

9. ¿Las instalaciones estaban limpias?

Completamente limpias y no solo las instalaciones también los uniformes que usa el personal se ven impecables, esto es un aspecto que también da buena impresión e impulsa al cliente o huésped que siga asistiendo al SPA y no tenga opción de escoger otro lugar.

10. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

Bueno porque cuando empecé a trabajar y a ganar mi dinero decidí realizarme una cirugía por motivos de belleza entonces para que me dure lo que me hice necesito este tipo de cuidados y siento que ir a un SPA me ha ayudado demasiado porque además no necesito

realizar demasiado ejercicio sino que lo puedo hacer cuando yo quiera. Adicionalmente me reduce el nivel de estrés que vivo diariamente en mi lugar de trabajo.

11. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

Trato de hacerlo cada mes por lo de mi cirugía y además que es un poquito reciente entonces no quiero que se me dañe lo que me mande hacer tan pronto.

12. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido?

He ido a SPA en España porque tengo dos tías que viven hace muchos años allá y me enviaron la carta de invitación para que yo pudiera ir y de esta manera fue que se me presento la oportunidad de ir a un SPA.

¿En qué ciudad o país?

España – Madrid

ENTREVISTA 3

1. Buenos días, me indica por favor su nombre y profesión

Antonio López Pérez, Gerente de Seguridad y Empresario.

2. ¿Hace cuánto estuvo en un SPA en Bogotá?

Más o menos hace unos 4 meses.

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron en el SPA fueron de calidad?

Fueron de los mejores recibidos en Colombia.

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

La zona de Aguas estaba correcta con jacuzzis y duchas terapéuticas, aunque si las comparamos con las de USA o UE se quedaría atrás. Hay que valorar muy positivamente que en un hotel de negocios haya una zona de aguas.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Si nos referimos a SPA como servicios de masajes, manicura o tratamientos corporales si

hay, pero en zona de aguas no hay suficientes.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

En este caso del Hotel Bogotá Plaza Summit, la relación calidad precio para los huéspedes es excelente.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

Las chicas que me atendieron (una masajista y una en la zona de aguas) sabían de los tratamientos y de cómo realizar las técnicas.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios?

Lo escogí por estar en el hotel donde me hospedaba. ¿Dónde lo conoció? En el mismo hotel.

9. ¿Las instalaciones estaban limpias?

Muy limpias, sin riesgo de infecciones o algo parecido

10. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

Relajación, dejar atrás el trabajo y quitarme el estrés.

11. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

Cada semana de dos a tres veces.

12. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido?

A los de los hoteles donde me he hospedado en mis viajes, por ejemplo: Hotel W Barcelona, Hard Rock Megapolis Panamá o Royal Sonesta Panamá, entre otros.

¿En qué ciudad o país?

Barcelona, Madrid, Panamá, Cancún, Punta Cana o El Salvador, entre otras ciudades.

ENTREVISTA 4

1. Buenos días, me indica por favor su nombre y profesión

Buenos días, mi nombre es Julieth Vargas y mi profesión es Mercadeo y publicidad, en este momento me encuentro trabajando en una campaña política en la cual he crecido mucho profesionalmente y adicional mi profesión me ha permitido conocer algunos lugares hermosos donde yo he podido disfrutar de muchos servicios.

2. ¿Hace cuánto estuvo en un SPA en Bogotá?

Hace tres meses estuve en un SPA en Bogotá, de hecho quiero contar que es una experiencia increíble, me encanto los servicios que tome que fueron masajes corporales y tratamientos faciales, la verdad lo recomiendo es algo que te hace sentir mejor en todo el sentido de la palabra, lo que quiero decir es que físicamente sales como nueva, mentalmente sales des estresada y en general te sientes la mujer más linda.

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron en el SPA fueron de calidad?

Totalmente, además que tienen a la mano los registros y certificados que avalan que el establecimiento cumple con la normatividad y reglamentación mínima para que el huésped sienta que está en un buen lugar y que valdrá la pena el precio que va a pagar por los servicios que desea, igual pienso que esto que esto que estoy diciendo hace que no importe el precio ahí está el negocio.

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

Creo que es importante que adicionen algún pasabocas o algo ligero que llame la atención del cliente, esos pequeños detalles ilusionan al cliente logra y convencerlo de ser frecuente y llevar más personas.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Sí, pero tal vez no todos cuentan con los parámetros suficientes para decir que es un SPA, me refiero al espacio, a las instalaciones, a la ubicación del SPA y de pronto las tarifas.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

Depende del lugar, la zona, los servicios y la calidad.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

Aparentemente si pero eso es porque ya llevan tiempo trabajando en SPAS pero pienso que si nos referimos a que si el personal estaba capacitado en cuanto si ha estudiado para prestar estos servicios no creo mucho, para mí el personal que esta hay es empírica simplemente porque alguna empresa les ha dado la oportunidad de salir a delante y pues si nos referimos a los SPA de barrio pues sí que menos creo que estén capacitadas las personas.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios?

Mirando en internet y confiando en lo que dices las páginas web.

9. ¿Las instalaciones estaban limpias?

Desde luego que sí, la presentación de los SPA cuando son parte de un hotel son muy limpios porque es la imagen que le venden al cliente.

10. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

El estrés y la vanidad, Pero para mí es más vanidad me siento espectacular.

11. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

Aproximadamente cada tres o cuatro meses.

13. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido?

Yo he tenido la posibilidad de visitar un SPA en Argentina y España

¿En qué ciudad o país?

Argentina y España.

ENTREVISTA 5

1. Buenos días, me indica por favor su nombre y profesión

Laila Salama Administradora

2. ¿Hace cuanto estuvo en un SPA en Bogotá?

En Agosto de 2015

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron fueron de calidad?

Sí, muy buenos. Me gustaron mucho las instalaciones, que eran adecuadas, limpias, que se notaba que tenían buen trato y asepsia. La ambientación es fenomenal.

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

Tal vez en algunos que he visitado en Bogotá, más servicios, cosas que uno pueda experimentar y que se acerquen a las prácticas del país, que supongo debe tener como todo.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Sí, hay mucha, ya son muy pocos los hoteles que no tienen SPA, y es muy adecuado, dado que uno llega cansado del trabajo y lo único que quiere es relajarse para al otro día volver al trabajo.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

Sí, no tengo queja, ni muy caro ni tan poco barato.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

Sí, vestían adecuadamente, a veces explican de que trata el tratamiento y para qué sirve, lo que es muy valioso porque me ha pasado que uno ni sabe que fue lo que le mejoraron.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios?

Ya había ido y me gustó, por tanto decidí volver.

¿Dónde lo conoció?

Por Groupon

9. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

Relajarme y descansar.

10. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

1 vez cada dos meses. También cada vez que viajo y el tiempo me lo permite ahí estoy en el SPA.

11. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido? ¿En qué ciudad o país? Solo acá en Colombia, me he realizado masajes en los aeropuertos pero son caros y corticos. A veces no valen mucho la pena ni tampoco lo que uno paga.

ENTREVISTA 6

1. Buenos días, me indica por favor su nombre, profesión y nacionalidad.

Adriana Palacios, soy empresaria hace más de 15 años.

2. ¿Hace cuánto estuvo en un SPA en Bogotá?

En Julio estuve en uno en Cartagena y luego en Bogotá

3. ¿Piensa que los servicios que le ofrecieron fueron de calidad?

Si, fueron de calidad, lo suficiente para quedar satisfecha

4. Según su experiencia en el SPA, ¿Que se debería mejorar?

Bueno en realidad me gustaron mucho los masajes, pero pienso que la ambientación debería ser más acorde, que realmente ayude a la relajación, además de eso, se quedan

cortos en los servicios que ofrecen, hay SPAS que ofrecen mucha variedad que uno quisiera tomar todos los servicios. De pronto variar los precios también sería bueno, tienden a ser costosos.

5. ¿Piensa que hay la suficiente oferta de SPA en Bogotá?

Sí, siempre busco un hotel con SPA, porque busco relajación, que me consientan cuando estoy fuera de casa.

6. ¿Los precios para obtener servicios en un SPA son cómodos?

Lo que te decía, para mí son cómodos, pero si deberían ser más variados ya que en un rango de bajo a alto, son altos y no serían accesibles para todos.

7. ¿El personal estaba capacitado para prestar los servicios del SPA?

Si, de eso si no tengo quejas, están preparados, saben lo que hacen y dan confianza al cliente.

8. ¿Cómo escogió el SPA en el que obtuvo los servicios? ¿Dónde lo conoció?

En internet, me puse a buscar y encontré finalmente uno que se acomodara a mi presupuesto, gusto y preferencias.

9. ¿Las instalaciones estaban limpias?

Si totalmente limpias.

10. ¿Cuál o cuáles son sus motivos para visitar un SPA?

Descansar, relajarme, normalmente voy en la noche porque llego muy cansada sin ganas de nada y los masajes me ayudan a sentirme tranquila.

11. ¿Con que frecuencia visita un SPA?

Cada que viajo, podría ser cada dos o tres meses.

12. Además del SPA que visitó en Bogotá, ¿A cuales otros ha ido? ¿En qué ciudad o

país?

Otras ciudades como Cartagena, en México, Panamá, Perú. Son muy bonitos, no tengo quejas de ninguno.

ANEXO 2

RAES DE LA REVISIÓN DOCUMENTAL

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.apuertacerrada.com/empresarial/25780-colombia-se-destaca-por-la-calidad-de-sus-SPA-y-centros-de-bienestar.html
Cita Textual	
Colombia se destaca por la calidad de sus SPA y Centros de Bienestar	
Colombia ascendió 10 puestos en el ranking latinoamericano de países destino de Turismo de Bienestar por la calidad de sus SPA o Centros de Bienestar, pasando del puesto quince en 2010 al quinto en 2014, y está próximo a superar a Costa Rica en el cuarto puesto. Así lo determinó la Asociación Latinoamericana de SPA, que entiende a estos centros de bienestar como lugares donde se brinda hospedaje, alimentación, tratamientos terapéuticos, recreación y entornos naturales. Los países líderes son: México, Brasil y Argentina, en su orden, seguido por Costa Rica y ahora Colombia. La razón para este crecimiento, el más significativo de América Latina según Toni Androne, Presidente de la Asociación Latinoamericana de SPA, es que el Gobierno de Colombia está consolidando una política sectorial y brindando formación y capacitación con el apoyo del Viceministerio de Turismo, el Programa de Transformación Productiva (PTP), Procolombia, el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), en alianza con la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) y la Asociación de Proveedores de Estética (Aprofest), entre otras instituciones públicas y privadas.	
Cita Contextual	
Es importante tener en cuenta que si Colombia quiere seguir ascendiendo en el ranking anteriormente nombrado y en otros más, se hace necesario mejorar muchos aspectos como la capacitación del personal, la tecnología que se está usando, los elementos, cremas y sustancias que se utilizan para cada uno de los tratamientos, entre otros. También la política sectorial toma un lugar importante, dado que con esta se podrán aclarar muchos procesos y características de los SPA.	

Es de destacar que, según este artículo, hay muchas entidades ayudando a que el Turismo de Bienestar sobresalga con calidad y tanto para turistas nacionales como internacionales, lo cual hará que aumente el ingreso de turistas a Colombia y a cada región del país.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 28 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	https://revistadeSPA.wordpress.com/2010/11/10/certificaciones-para-SPAs/
Cita Textual Certificaciones para SPA Existen diferentes opciones en cuanto a certificaciones de calidad para balnearios, thalassos y centros SPAS, pero las asociaciones de turismo de salud y bienestar no cuentan con sellos de calidad para otorgar a sus integrantes, pues estas acreditaciones sólo son expedidas por empresas auditoras nacionales o internacionales, debidamente homologadas para tal fin por las respectivas administraciones. La adhesión a una agrupación de bienestar y salud es generalmente positiva porque se realizan acciones conjuntas para promocionar los distintos establecimientos y se programan cursos de reciclaje profesional, pero es imprescindible que antes de sumarse a una de estas asociaciones, el propietario del hotel o balneario valore exactamente los siguientes puntos: estatutos (derechos y deberes del afiliado); requisitos de ingreso; costes del socio; actividades que realiza, e imagen de la asociación en el sector. Algunos de estos clubes realizan controles muy exhaustivos sobre los niveles de calidad de sus afiliados y son muy estrictos con los criterios de ingreso, por lo que los establecimientos que pertenecen a los mismos tienen que modernizar frecuentemente algunas partidas.	
Cita Contextual Este es un artículo de España, el cual habla sobre las asociaciones a las que se pueden afiliar los SPA, balnearios y thalassos, aclarando que según donde se haga la inscripción deben cumplir ciertos requisitos de los establecimientos y seguir unos procedimientos estipulados. Las ventajas son los distintos eventos, la publicidad, el reconocimiento, entre otros. Adicionalmente también hablan sobre las certificaciones, una de ellas la UNE 186001:2007, la cual es para balnearios y tiene un costo y unas características que ayudan a mejorar el establecimiento y además	

contribuye a que haya más ingresos de turistas y visitantes al lugar. Por tanto, se hace necesario que Colombia empiece a crear inicialmente unas normas para SPA, y seguidamente certificaciones, lo cual hará que los establecimientos cada día mejoren y se preocupen por dar la mejor calidad y servicio.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 28 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	https://revistadeSPA.wordpress.com/%C2%BFque-es-un-SPA/
Cita Textual ¿Qué es un SPA? Nadie se pone de acuerdo en el uso de la palabra SPA y en España todavía no existe una legislación al respecto. Es por eso que algunos salones promocionan sus servicios como SPA cuando todo lo que tienen es una camilla de masajes, o utilizan nombres como “pedicure SPA.” Si tiene alguna duda, siempre que sea posible, eche un vistazo a las instalaciones usted mismo antes de reservar una cita. Acuda a las páginas webs profesionales y visite las fichas del SPA que en ocasiones contienen el menú de tratamientos, fotos, la filosofía y todos los datos necesarios para su visita. Llame y pregunte por ofertas y precios, horarios, terapias estarán encantados de atenderles. Como mínimo, un SPA debería ofrecer una selección amplia de masajes, tratamientos faciales y tratamientos corporales realizados por profesionales acreditados en escuelas o entidades de prestigio, todo ello en un ambiente tranquilo, limpio, seguro y saludable. Un SPA debería de tener una recepción con personal cualificado independiente del hotel en el caso de SPAS en hoteles.	
Cita Contextual Algo similar a lo que describe este artículo que pasa en España, pasa así mismo en Colombia, donde el concepto de SPA no es claro y por eso se abren a diario varios establecimientos donde los procedimientos que se realizan para algunos no es considerado como parte de un SPA. Seguidamente se caracteriza lo mínimo que debería tener un SPA, donde además de las cualidades físicas del establecimiento también se hace énfasis en el personal, ya que debe haber empleados que den un buen servicio al cliente y hagan sentir bien a las personas que los visitan. Es de destacar, la diferencia que hacen entre balneario y SPA, donde según el artículo, el	

balneario utiliza más aguas curativas mientras que el SPA utiliza agua corriente en su mayoría.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 28 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/entrevista-toni-androne-presidente-de-la-asociacion-latinoamericana-de-SPA-%E2%80%9Cel-turismo-de-sa
Cita Textual Entrevista a Toni Androne, Presidente de la Asociación Latinoamericana de SPA: “El turismo de Salud es el futuro” ¿Diferencian, al igual que España y otros países de Europa, entre termas y SPA? —Sí, hay una diferencia. Yo trabajo en México desde hace 21 años. Soy de Rumania, mi especialidad es fisioterapia, masaje y cosmetología, aparte tengo una licenciatura en turismo. Las diferencias que yo veo entre Europa y Latinoamérica son las siguientes: en España y los países de Europa están muy bien segmentado y reconocidos, porque existe la Hidrología médica (Licenciatura en Medicina), que en España actualmente es la más avanzada del mundo. Nosotros vamos cada año a Ourense, España (Congreso de Termalismo / Termatalia España) donde la cultura del agua y sus beneficios tiene un alto nivel de profesionalización. Creo que hoy día España, por sus investigaciones y sus eventos, está llevando la delantera en el termalismo y es un ejemplo a seguir. En el caso de México y países latinoamericanos, lo que llamamos SPA es más que nada tratamiento profiláctico, preventivo, de belleza, masajes relajantes, curas anti-stress, uso de áreas húmedas (Sauna, Vapor Regaderas de Presión etc.). En la parte médica temas como medicina estética, cirugía plástica se pueden combinar con tratamientos de SPA o trabajar por separado. En cambio, en ESPAÑA se apoyan mucho en varios tipos de protocolos como, por ejemplo, el uso del agua carbonatada, mineral medicinal, tomada, o aplicada corporalmente con grandes beneficios para el ser humano, el uso de barros provenientes de la zona termal, e incluso tratamientos para diferentes patologías o rehabilitación.	
Cita Contextual El Sr. Toni Androne, además de dar una gran entrevista, hace la diferencia entre los que es los termas y los SPA en Europa y los de Latinoamérica, donde es notable que mientras en los países latinos se enfocan más en tratamientos, belleza, masajes relajantes entre otros, Europa,	

específicamente nombra a España, es más hacia tratamientos médicos y los beneficios del agua. Esta diferencia hace caer en cuenta que no es lo mismo ir a un SPA en España que ir a un SPA en nuestro país, por tanto debería existir un concepto el cual describiera específicamente lo que se puede encontrar en un SPA en Colombia.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 28 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	Libro Técnicas hidrotermales y estética del bienestar
Cita Textual Centros SPA Se denominan SPAS a los centros que usan el agua común con fines de mejora del estado de salud, bienestar y belleza en sus más amplios términos. El origen de la palabra SPA es incierto. Se ha propuesto que proviene del acrónimo SPA: <i>Salus Per Aquam</i> (salud a través del agua), ya que este es un concepto muy arraigado en la cultura romana, pero no se ha encontrado evidencia alguna del uso de este término en los textos clásicos. También podría provenir del latín <i>eSPAgere</i>, que significa derramar, del vocablo SPA que significa fuente en la lengua valona antigua o de <i>SPA</i>, palabra del inglés antiguo derivada del valón. Lo cierto es que la famosa ciudad belga de SPA ya era conocida por las propiedades curativas de sus aguas en tiempos de los romanos y de ahí se supone que se ha tomado la palabra SPA. Es preciso añadir que SPA es sinónimo también de balneario en la cultura anglosajona. En España se ha adoptado esta denominación para distinguirlos de otros centros que utilizan aguas mineromedicinales (balnearios) o agua de mar (centros de Talasoterapia) y que por lo tanto son centros terapéuticos.	
Cita Contextual Este libro trata de dar el origen de la palabra SPA, donde muestra de donde viene, dando como tal el significado sin nombrar los servicios que se deben ofrecer en estos establecimientos. Seguidamente, muestra la clasificación de los SPA según Freire-Mourelle: SPA urbano, SPA destinos, SPA fitness, SPA hotel y SPA terapéutico. Los cuales cada uno tiene unas características, servicios, clientes y empleados con cualidades diferentes. Esta clasificación es interesante, ya que muestra que según la ubicación y objetivo del SPA se ofrecen ciertos servicios y se dedican a atender un público previamente definido.	
Elaborado por	Fecha

Paola Ruiz Paola Segura	Julio 28 de 2015
----------------------------	------------------

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12394215
Cita Textual Los hoteles de Bogotá cada día dan más importancia a los 'SPAS' Los hoteles de Bogotá cada vez se enfocan más en diversificar su oferta para atraer a los huéspedes. Además de organizar festivales de comida gourmet o fiestas en sus terrazas, una tendencia que está tomando fuerza es brindar tratamientos de relajación en sus 'SPAS'. Se trata de zonas en las que es posible vivir experiencias de descanso, como recibir masajes con aceites aromáticos y flotar en una piscina que está a 30 grados de temperatura, mientras unos chorros de agua aflojan los músculos de la espalda y las piernas. De acuerdo con Juan Leonardo Correa, presidente de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), en los últimos 10 años se ha extendido la cultura del bienestar en el país. “Los hoteles han remodelado sus SPAS, que son una fuente de negocio. Muchas personas vienen a estos sitios como parte de la oferta de turismo de salud para recuperarse de procedimientos quirúrgicos”, explica Correa.	
Cita Contextual En este artículo se puede observar que los hoteles en Bogotá ven en los SPA como una forma de ingreso económico y así mismo para hacer más llamativo al establecimiento por su amplia gama de servicios. Adicionalmente, los hoteles que dan su testimonio nombran que tienen paquetes los cuales son económicos y llaman la atención de los clientes. También es notable que empezaran a implementar el servicio de SPA dado que lo vieron necesario, ya que los clientes solicitaban tratamientos de relajación y descanso en sus estadias en los hoteles.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Agosto 4 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.colombia.co/turismo/bogota-el-paraiso-de-los-SPA.html
Cita Textual Bogotá, el paraíso de los SPA Según un informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 4.236 extranjeros no residentes visitaron el país con el único motivo de realizarse procedimientos médicos especializados y disfrutar de una oferta inigualable de SPAS. SPAS, una oferta de altura La capital cuenta con diversos servicios en tratamientos que incluyen hidroterapia, musicoterapia, talasoterapia, equinoterapia, aromaterapia, lodoterapia y arteterapia. La oferta responde a que en Bogotá se encuentran SPAS con de altos estándares de calidad y una destacada infraestructura en equipo. Algunos de los recomendados en la capital son Chairama SPA, Wellness SPA Móvil, Tendal SPA, Karis SPA, Bintari SPA, Dolly Devia SPA, Pinatubo SPA y Sharova Day SPA Bogotá, entre muchos más. Sumado a esto, existe una variada oferta de hoteles que prestan un excelente servicio de SPA, entre los que se destacan el Dann Carlton, JW Marriott, Crowne Plaza Tequendama, 101 Park House, Hotel de la Ópera, AR Salitre, Hotel Habitel y B.O.G Hotel.	
Cita Contextual De lo anterior, se puede concluir que Bogotá es una ciudad que tiene gran oferta de SPA tanto individuales como en los hoteles y que la mayoría tiene una buena infraestructura, un excelente servicio y que se esfuerzan por tener estándares de calidad.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Agosto 4 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/la-apuesta-del-gobierno-turismo-bienestar-colombia/209861
Cita Textual Turismo de Bienestar, un negocio que promete Claudia Ronderos, gerente de Entremonte Wellness Hotel & SPA, coincide en esta apreciación, pero reconoce que, si bien se ha avanzado, una de las grandes barreras es el desconocimiento existente sobre el Turismo de Bienestar, además de que hay una delgada línea que no permite marcar diferencias entre el turismo de salud y el de bienestar, lo cual debe solucionarse con la reglamentación. Consideran importante definir las características de un SPA, normas de operación y servicios que pueden prestar, entre otros aspectos que son clave para formalizar una actividad que hoy no cuenta con estadísticas ni datos oficiales que permitan hacer mediciones. Por esta razón, una de las prioridades es crear un gremio que le permita al sector tener representatividad y definir lineamientos en aras de su crecimiento. Se espera que este objetivo se cumpla en el marco del Segundo Simposio Internacional de Termalismo y SPA que se llevará a cabo del 2 al 4 de julio en la ciudad de Manizales. Pero no todo es color de rosa en este proceso. Rodrigo Castro señala que hay amenazas que ponen en riesgo el desarrollo del sector y particularmente del termalismo. Se trata de la minería, que además de contaminar algunas áreas, puede afectar y reducir las fuentes hídricas, base de esta actividad.	
Cita contextual Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que si es importante que se empiece a trabajar por buscar que el Turismo de Bienestar tenga una reglamentación ya que esto puede ocasionar en primer lugar que los turistas conozcan a profundidad esta tipología de turismo, en segundo lugar que cuando decidan tomar los servicios se sientan seguros por lo que van a pagar y en tercer lugar las personas que están capacitadas para prestarlo sepan que hay ciertas condiciones que se tienen que cumplir para prestar un servicio de alta calidad.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 20 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://seagrande.org/colombia-es-el-quinto-pais-de-latinoamerica-en-calidad-de-SPAs-o-centros-de-bienestar/
Cita Textual	
Colombia es el quinto país de Latinoamérica en calidad de SPAS o Centros de Bienestar	
Bogotá, mayo 12 de 2015.- Colombia ascendió 10 puestos en el ranking latinoamericano de países destino de Turismo de Bienestar por la calidad de sus SPAS o Centros de Bienestar, pasando del puesto quince en 2010 al quinto en 2014, y está próximo a superar a Costa Rica en el cuarto puesto. Así lo determinó la Asociación Latinoamericana de SPA, que entiende a estos centros de bienestar como lugares donde se brinda hospedaje, alimentación, tratamientos terapéuticos, recreación y entornos naturales. Los países líderes son: México, Brasil y Argentina, en su orden, seguido por Costa Rica y ahora Colombia. La razón para este crecimiento, el más significativo de América Latina según Toni Androne, Presidente de la Asociación Latinoamericana de SPA, es que el Gobierno de Colombia está consolidando una política sectorial y brindando formación y capacitación con el apoyo del Viceministerio de Turismo, el Programa de Transformación Productiva (PTP), Procolombia, el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), en alianza con la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) y la Asociación de Proveedores de Estética (Aprofest), entre otras instituciones públicas y privadas.	
Cita contextual	
Respecto a este artículo toca un aspecto interesante que es el tema de la capacitación debido a que posiblemente la mayoría de SPAS que tiene Bogotá las personas que prestan el servicio no tienen el conocimiento razón por la cual disminuye la calidad del servicio que se está prestando sin embargo este es un problema que los SPA ya están solucionando debido a que se está viendo la necesidad de hacerlo. Por otro lado, un valor agregado que se está dando son las alianzas que se tiene con ciertas entidades para que el Turismo de Bienestar empiece a crecer de manera inmediata en la ciudad de Bogotá.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 20 de 2015
Pregunta de	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta

investigación	del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://tureSPAcio.com/blogs/turismo-de-salud/
Cita Textual El turismo de salud se divide en tres grandes grupos que son: Turismo Médico, Turismo Wellness y Turismo de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) este último presenta disciplinas que dependiendo del país puede ser considerado turismo médico o turismo wellness, como ejemplo podemos citar al termalismo disciplina que Europa es reconocida por las instituciones oficiales de salud, siendo parte de la Hidrología Médica, tan solo en España se pagan casi 2 millones de tratamientos médicos por el estado en balnearios. Por lo tanto en Europa el termalismo es Turismo Médico, en América no es reconocido por las instituciones de salud y es por esto que se encuentra dentro del Turismo Wellness cuando se le busca por bienestar, pero también podría estar considerado dentro del Turismo de MAC cuando es utilizado con fines terapéuticos. El turismo wellness o de bienestar ofrece varios servicios entre los que destacan los SPAS, es otro sector con crecimiento de hasta el 15% anual, teniendo como visitantes a los turistas norteamericanos, canadienses y europeos, para quienes por el tipo de cambio de moneda, resulta muy atractivo recibir los servicios, los países del Caribe y México son sin duda las áreas donde se concentran el mayor número de SPAs de destino, ofreciendo servicios como faciales, corporales, masajes y técnicas de las antiguas culturas como lo es el baño de temazcal.	
Cita Contextual Con el artículo anterior se evidencia una de las dificultades por el cual el Turismo de Bienestar no está siendo reconocido en la ciudad de Bogotá debido a que no se tiene claro a qué subcategoría pertenece. Con esto se considera que el Programa de Transformación Productiva podría tener obstáculos para que este tipo de turismo sea líder en el 2032, lo que también significa que el plan de negocios tal vez no es suficiente para alcanzar la meta.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 22 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://tureSPAcio.com/blogs/turismo-de-salud/
Cita Textual El turismo de salud se divide en tres grandes grupos que son: Turismo Médico, Turismo Wellness y Turismo de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) este último presenta disciplinas que dependiendo del país puede ser considerado turismo médico o turismo wellness, como ejemplo podemos citar al termalismo disciplina que Europa es reconocida por las instituciones oficiales de salud, siendo parte de la Hidrología Médica, tan solo en España se pagan casi 2 millones de tratamientos médicos por el estado en balnearios. Por lo tanto en Europa el termalismo es Turismo Médico, en América no es reconocido por las instituciones de salud y es por esto que se encuentra dentro del Turismo Wellness cuando se le busca por bienestar, pero también podría estar considerado dentro del Turismo de MAC cuando es utilizado con fines terapéuticos. El turismo wellness o de bienestar ofrece varios servicios entre los que destacan los SPAs, es otro sector con crecimiento de hasta el 15% anual, teniendo como visitantes a los turistas norteamericanos, canadienses y europeos, para quienes por el tipo de cambio de moneda, resulta muy atractivo recibir los servicios, los países del Caribe y México son sin duda las áreas donde se concentran el mayor número de SPAS de destino, ofreciendo servicios como faciales, corporales, masajes y técnicas de las antiguas culturas como lo es el baño de temazcal.	
Cita Contextual Con el artículo anterior se evidencia una de las dificultades por el cual el Turismo de Bienestar no está siendo reconocido en la ciudad de Bogotá debido a que no se tiene claro a qué subcategoría pertenece. Con esto se considera que el Programa de Transformación Productiva podría tener obstáculos para que este tipo de turismo sea líder en el 2032, lo que también significa que el plan de negocios tal vez no es suficiente para alcanzar la meta.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 22 de 2015

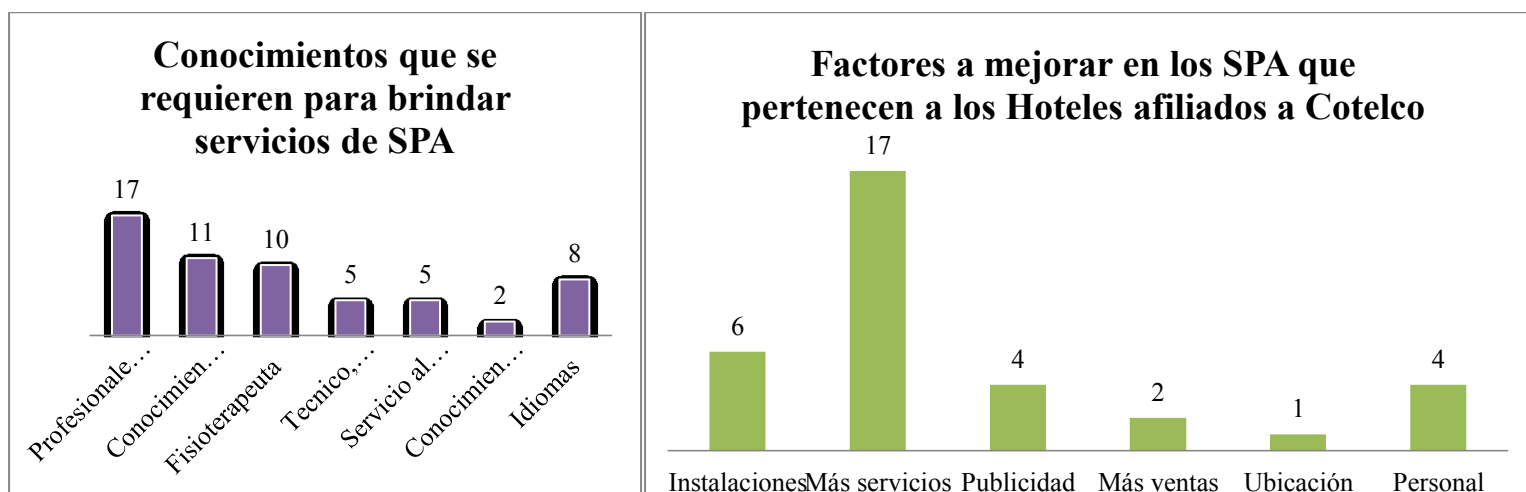
Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://diariolaeconomia.com/notas-de-actualidad/item/770-le-dan-vida-a-la-asociacion-colombiana-de-turismo-de-bienestar.html
Cita Textual Le dan vida a la Asociación Colombiana de Turismo de Bienestar Teniendo en cuenta el gran potencial del sector Turismo de Bienestar en el mundo, incentivado por un incremento de la población, una mayor atención mundial al cuidado personal y mayores ingresos per cápita, unido a las ventajas comparativas de Colombia ya señaladas, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Programa de Transformación Productiva, diseñó un Plan de Negocio con objetivos y estrategias nacionales de largo plazo para elevar la oferta de valor y mejorar la calidad del servicio, en desarrollo de los cuales viene trabajando una mesa sectorial con empresarios, expertos y Gobierno Nacional que propuso la creación de un gremio que contribuyera a alcanzar las metas propuestas, lo que hoy se hizo realidad con la ACTB. El Turismo de Bienestar beneficia a transportadores, restaurantes, hoteleros, guías, terapeutas, centros de servicio de SPA, termalismo y talasoterapia, y a otros actores que conforman una cadena productiva que impacta positivamente el empleo productivo y la competitividad del sector. Estudios realizados en España indican que el turista de bienestar invierte 130% más en promedio que el turista tradicional y agregó que las actividades de este sector impactan las regiones y mejoran la distribución de la riqueza, contribuyendo a construir un país más equitativo. Es más productivo para un país invertir en prevención que en tratamiento de las enfermedades, por lo que en Colombia los centros de bienestar de SPA y termalismo deben migrar hacia lo terapéutico, que además es más rentable. Por ejemplo, en España existe la facultad de hidrología médica en Madrid hace 100 años y en Colombia no hay ninguna entidad académica de ese tipo que estudie las propiedades terapéuticas de las aguas termales y así optimizar el servicio y la competitividad.	
Cita Contextual Aunque se considera que el Turismo de Bienestar tiene un gran potencial en Colombia le falta mejorar algunos aspectos tales como es tener una reglamentación, capacitar a las personas que presten el servicio de SPA y lo más importante es aclarar que se entiende por este tipo de turismo debido a que se está percibiendo una confusión en su definición y esto puede estar siendo la causante de que los turistas no se interesen por asistir a los SPA. El PTP a parte de las estrategias que está implementando debe preocuparse por empezar a comparar como se está manejando esta tipología de turismo en otros países con el fin de escoger lo que posiblemente puede hacer que Colombia crezca rápidamente con el Turismo de Bienestar.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 22 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/la-apuesta-del-gobierno-turismo-bienestar-colombia/209861
Cita Textual Turismo de Bienestar, un negocio que promete Claudia Ronderos, gerente de Entremonte Wellness Hotel & SPA, coincide en esta apreciación, pero reconoce que, si bien se ha avanzado, una de las grandes barreras es el desconocimiento existente sobre el Turismo de Bienestar, además de que hay una delgada línea que no permite marcar diferencias entre el turismo de salud y el de bienestar, lo cual debe solucionarse con la reglamentación. Consideran importante definir las características de un SPA, normas de operación y servicios que pueden prestar, entre otros aspectos que son clave para formalizar una actividad que hoy no cuenta con estadísticas ni datos oficiales que permitan hacer mediciones. Por esta razón, una de las prioridades es crear un gremio que le permita al sector tener representatividad y definir lineamientos en aras de su crecimiento. Se espera que este objetivo se cumpla en el marco del Segundo Simposio Internacional de Termalismo y SPA que se llevará a cabo del 2 al 4 de julio en la ciudad de Manizales. Pero no todo es color de rosa en este proceso. Rodrigo Castro señala que hay amenazas que ponen en riesgo el desarrollo del sector y particularmente del termalismo. Se trata de la minería, que además de contaminar algunas áreas, puede afectar y reducir las fuentes hídricas, base de esta actividad.	
Cita contextual Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que si es importante que se empiece a trabajar por buscar que el Turismo de Bienestar tenga una reglamentación ya que esto puede ocasionar en primer lugar que los turistas conozcan a profundidad esta tipología de turismo, en segundo lugar que cuando decidan tomar los servicios se sientan seguros por lo que van a pagar y en tercer lugar las personas que están capacitadas para prestarlo sepan que hay ciertas condiciones que se tienen que cumplir para prestar un servicio de alta calidad.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 20 de 2015

Pregunta de investigación	¿Cuáles son las dificultades más relevantes para alcanzar la propuesta del Programa de Transformación Productiva al 2032 en Bogotá?
Cita bibliográfica	https://econotur.wordpress.com/2014/09/18/turismo-de-bienestar-en-colombia
Cita Textual Turismo de Bienestar en Colombia En Colombia, el MinCIT y el PTP empezaron a diseñar desde el 2009 un plan de negocios para impulsar el sector y, tras unos ajustes de rigor, se lanzó en el 2013 con un objetivo: lograr que en el año 2032 Colombia sea reconocido mundialmente como uno de los principales destinos. El termalismo, los SPAs y centros de bienestar, y la talasoterapia (procedimientos médicos y estéticos con productos derivados del mar) son los grandes focos de inversión para expandir este nicho. Actualmente, en el país hay registrados 19 centros termales, 900 SPAs y centros de bienestar, de los cuales solo 10 tienen la certificación de SPA internacional, y ningún centro de talasoterapia. Para el desarrollo de centros termales, Ingeominas ha encontrado veinte pozos en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Cauca y Caldas, principalmente. Por su parte, la mayoría de SPAS y centros de bienestar están localizados en la costa Caribe, Antioquia, Santander, Boyacá, Valle del Cauca y Cundinamarca. “La idea es darles a estos espacios un valor agregado que los haga únicos y atractivos para los extranjeros”, comenta el directivo.	
Cita contextual Con este artículo se quiere resaltar el plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia con el fin de mostrar que el PTP está haciendo un esfuerzo para que este tipo de turismo sea reconocido no solo en la Bogotá sino en varias partes de Colombia a través de unas estrategias que ha planteado y como se muestra en la noticia Colombia es un país que tiene gran cantidad de SPA para ofrecer al turista ya que la idea es generar mayores ingresos y generar empleos.	
Elaborado por Paola Ruiz Paola Segura	Fecha Julio 22 de 2015

ANEXO 3

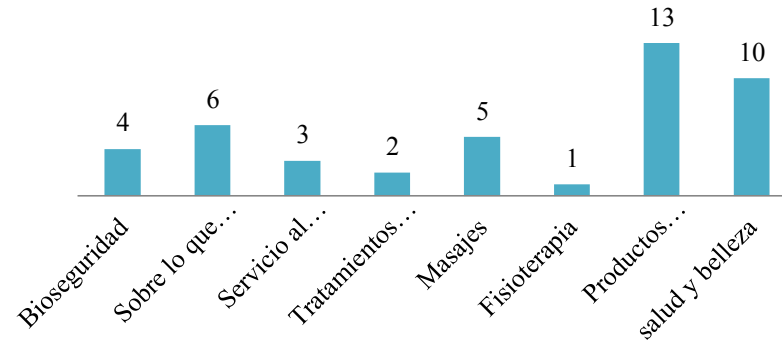
MATRIZ D RESULTADOS DE LA ENCUESTAS A SPAS EN HOTELES EN BOGOTÁ AFILIADOS A COTELCO



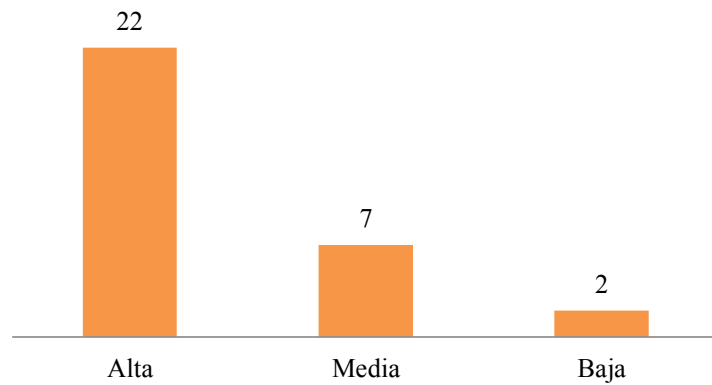
Reconocimientos de los SPA a nivel nacional o internacional



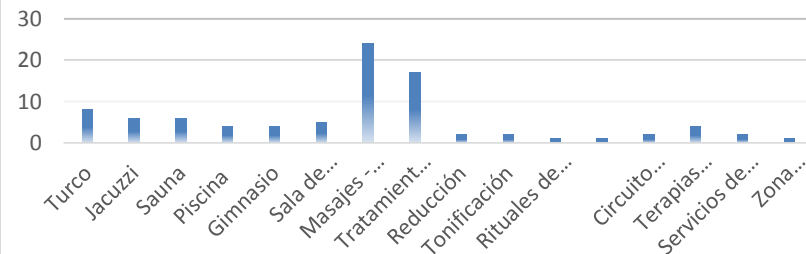
Capacitaciones a las que asisten los SPA en Hoteles afiliados a COTELCO



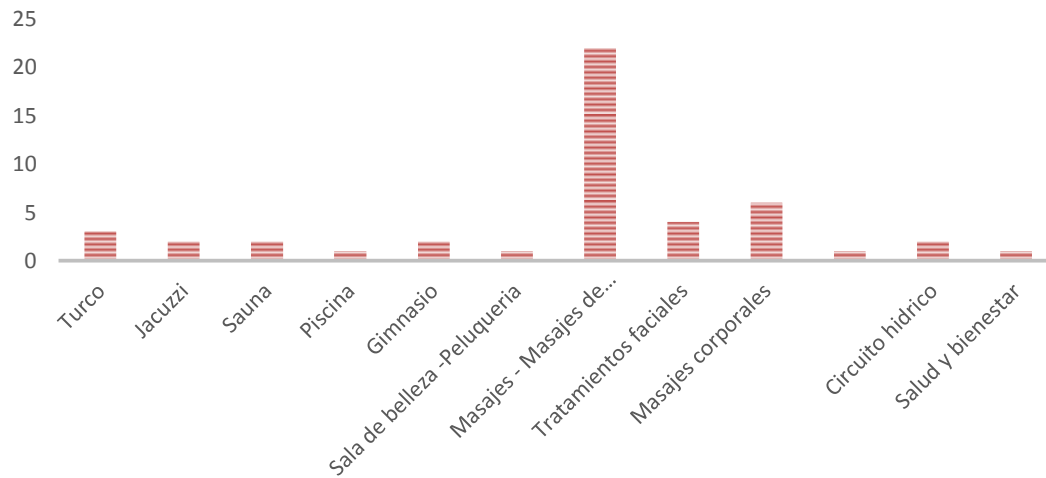
Competencia



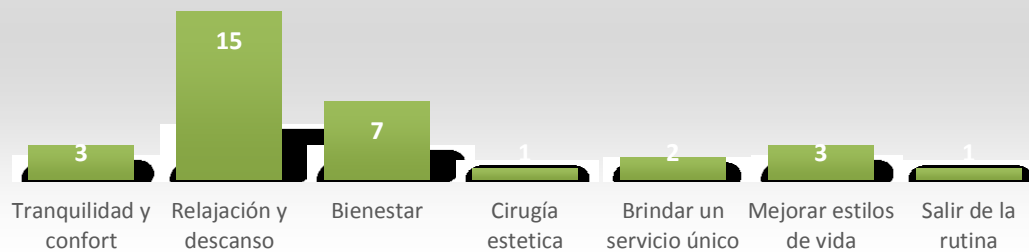
Servicios que ofertan los Hoteles de Bogotá afiliados a COTELCO



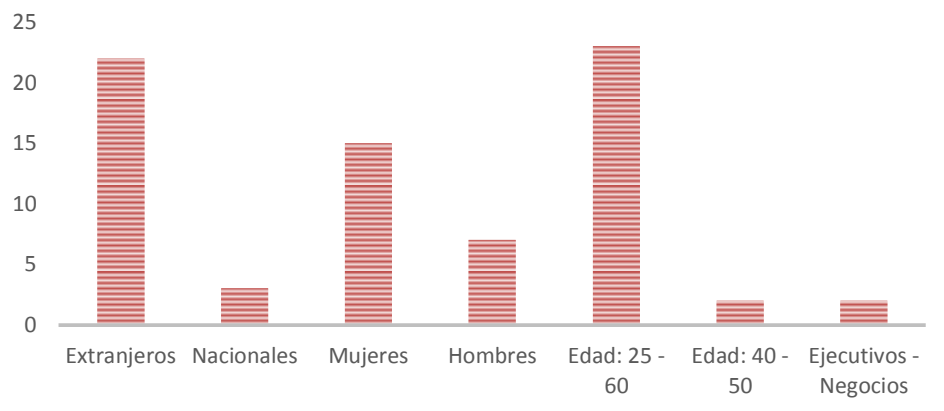
Servicios más demandados



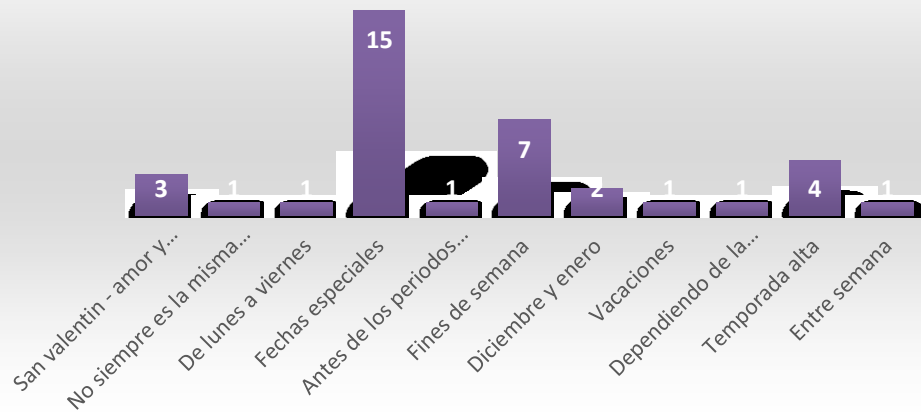
¿Cuál es la finalidad de ofertar servicios de SPA?



Características de los clientes que asisten a los hoteles de bogotá que prestan servicios de SPA



Temporada en la que se reciben mas clientes para tomar servicios de SPA



Cantidad de empleados que trabajan prestando servicios se SPA

