



RADIOEVO

Para sentirte bien

RADIOEVO es un espacio de comunicación dedicado al bienestar integral, donde convergen la salud, la conciencia, la sostenibilidad y la vida natural. Nació con el propósito de ofrecer contenidos que acompañen a las personas en su evolución personal y en la construcción de hábitos más saludables, tanto para el individuo como para el planeta.

En RADIOEVO conviven entrevistas, testimonios y voces expertas que comparten conocimientos en medicina integrativa, alimentación consciente, terapias tradicionales, autocuidado, ecología, espiritualidad práctica y proyectos que aportan soluciones reales para una vida más equilibrada.

Somos un medio independiente que apuesta por una comunicación cer-



cana, respetuosa y orientada al crecimiento. Creemos en divulgar información que inspire, que empodere y que conecte a la comunidad con alternativas sostenibles, humanas y transformadoras. Radioevo es, en esencia, un punto de encuentro para quienes buscan vivir mejor.



Prólogo

TURISMO Y BIENESTAR: UNA NUEVA FORMA DE HABITAR EL MUNDO

El turismo ya no es solo desplazamiento. Ya no es únicamente descubrir lugares, ni sumar destinos al mapa. Hoy, más que nunca, el turismo es una experiencia interior, una forma de relacionarnos con el entorno, con los demás y con nosotros mismos.

Este segundo número de *Evo Vida & Bienestar*, especial FITUR, nace con la intención de abrir una reflexión profunda y necesaria: ¿qué significa viajar en un mundo que busca equilibrio?, ¿cómo se entrelazan bienestar, conciencia y territorio?, ¿qué tipo de turismo queremos construir como sociedad?

A lo largo de estas páginas, diferentes voces —profesionales, autores, proyectos y miradas diversas— comparten su visión personal y profesional sobre el turismo de bienestar. No como una tendencia pasajera, sino como una evolución natural hacia formas de viajar más humanas, respetuosas y co-

herentes con la salud emocional, física y mental. Hablamos de bienestar en un sentido amplio: bienestar del viajero, bienestar de las comunidades que acogen, bienestar del entorno natural y cultural, bienestar como estado interno que se cultiva también al movernos por el mundo.

Este número especial no pretende dar respuestas cerradas, sino abrir preguntas, inspirar nuevas miradas y mostrar que el turismo puede ser un acto consciente, transformador y alineado con los valores que hoy emergen con fuerza.

Desde *Evo Vida & Bienestar*, como extensión escrita de *Radioevo*, seguimos apostando por la difusión de contenidos que invitan a vivir —y a viajar— con más presencia, respeto y sentido. Porque quizá el verdadero destino no sea un lugar, sino la forma en la que elegimos recorrer el camino.

Consejo Editorial

Pablo Montero / Rosángel Aguirre Ruiz



Fotografía

Jesús Varillas / Juan Ignacio Montero Martín



Con la colaboración de

Carla Galíndez / Flavio Acuña / Eduardo Arazola / Juan Ignacio Montero / Lucía Romero de Ávila / Eva Rivera López / Wellness Costa Rica



Contenido

Carla Galíndez

- El bienestar mental y financiero de las mujeres líderes: Liberarse de la presión invisible

5

Flavio Acuña

- El turismo de bienestar para mayores de cincuenta años: Experiencias que suman vidas

11

Juan Ignacio Montero Martín

Cuevas. Geología emocional bajo tus pies

32

Eduardo Arazola

- El bienestar como eje central: O como complemento del turismo actual

26

Lucía Romero de Ávila

- El poder sanador de las aguas mineromedicinales:

32

Eva Rivera López

- Brasil 2026: El despertar de un gigante turístico y sensorial

37

Wellness Costa Rica

- Costa Rica impulsa la Ruta Wellness Sensorial

41



Carla Galíndez

CEO de Destinos y Negocios



Carla Galíndez es comunicadora y empresaria especializada en turismo y bienestar. Es CEO de Destinos y Negocios y dirige las revistas Destinos y Negocios, Protagonistas de Portadas y ECOS Canarias. Como Embajadora del World Wellness Weekend en Canarias, promueve experiencias de viaje que integran salud, sostenibilidad y desarrollo personal.





EL BIENESTAR MENTAL Y FINANCIERO DE LAS MUJERES LÍDERES: LIBERARSE DE LA PRESIÓN INVISIBLE

Ser mujer y líder sigue implicando, muchas veces, más exigencias de las necesarias: no solo se espera competencia y visión, sino también una imagen “perfecta” que responde a estándares ajenos. En este artículo, Carla Galíndez nos invita a reflexionar sobre cómo la presión estética y financiera afecta la salud mental de las mujeres líderes y cómo recuperar la libertad de ser auténticas y liderar desde el equilibrio.

Durante años, a muchas mujeres —y especialmente a las mujeres líderes— se les ha exigido algo más que resultados, talento y compromiso: se les ha pedido estar siempre “impecables”.

Desde temprana edad, frases como “una mujer debe verse bien para ser respetada” o “la imagen lo es todo” se instalan de forma silenciosa y persistente.

Con el tiempo, esta narrativa se convierte en una presión constante que impacta no solo la autoestima, sino tam-

bién el bienestar mental y financiero de quienes ocupan posiciones de liderazgo.

Cuidar la imagen y sentirse bien con una misma es legítimo, natural y, para muchas mujeres, placentero. El problema surge cuando ese cuidado deja de ser una elección personal y se transforma en una obligación implícita para ser validada, escuchada o tomada en serio.

En el caso de las mujeres líderes, esta exigencia suele ser mayor: se espera que sean competentes, empáticas, firmes... y



además, que luzcan siempre adecuadas, modernas y “correctas” según estándares ajenos.

Esta presión estética constante tiene un impacto directo en la salud mental. Mantener una imagen impecable en todo momento genera ansiedad, autoexigencia excesiva y una vigilancia permanente sobre el propio cuerpo y apariencia. Muchas mujeres líderes sienten que no pueden “bajar la guardia”, ni siquiera en contextos informales o en momentos personales difíciles.



A diferencia de muchos hombres en cargos similares, cuyo “uniforme” suele ser socialmente aceptado con mínimas variaciones, las mujeres enfrentan una presión constante por no repetir, actualizar su estilo y responder a tendencias que cambian rápidamente.



No importa si están atravesando un duelo, una enfermedad, una sobrecarga laboral o emocional: la expectativa de verse bien permanece intacta. Y eso agota.

A este desgaste emocional se suma un factor pocas veces visibilizado: el impacto en el bienestar financiero. Sostener una imagen acorde a lo que se espera de una mujer en posiciones visibles implica una inversión económica considerable. Ropa, calzado, maquillaje, peluquería, tratamientos, accesorios. Todo suma.

A diferencia de muchos hombres en cargos similares, cuyo “uniforme” suele ser socialmente aceptado con mínimas variaciones, las mujeres enfrentan una presión



constante por no repetir, actualizar su estilo y responder a tendencias que cambian rápidamente.

Pero el costo no es solo económico. También es tiempo. Tiempo que podría destinarse al descanso, a la formación, a la creatividad, a la salud mental o simplemente al disfrute personal. Muchas veces este tiempo se disfraza de "autocuidado", cuando en realidad responde a una expectativa externa. Para mujeres líderes con agendas exigentes, responsabilidades familiares o roles de cuidado, esta carga adicional se convierte en una desigualdad silenciosa que afecta su equilibrio integral.

Paradójicamente, las mujeres han sido históricamente recursivas, creativas y sostenibles en su forma de vestir. Han sabido reutilizar, combinar, transformar y dar nueva vida a sus prendas con ingenio y sensibilidad estética. No por falta de estilo, sino por inteligencia financiera, con-

ciencia ambiental o pura creatividad. Sin embargo, esta capacidad rara vez es reconocida.

La sociedad sigue penalizando la repetición de ropa o los cambios de imagen, especialmente en mujeres mayores de 40 o 50 años, como si la madurez estuviera reñida con la libertad de expresión personal.

Para las mujeres líderes, esta falta de reconocimiento también impacta en su confianza. Sentir que deben encajar en un molde estético para ser aceptadas limita la autenticidad y refuerza la idea de que su valor está condicionado. Y cuando la autenticidad se ve comprometida, el bienestar mental se resiente. Liderar desde la presión constante no es sostenible ni saludable.

Por eso, hablar de bienestar femenino hoy implica ir más allá del autocuidado superficial. Implica cues-



tionar los mandatos que afectan la salud mental y financiera de las mujeres, especialmente de aquellas que lideran proyectos, empresas, comunidades o familias. El verdadero bienestar pasa por poder elegir: cuándo arreglarse, cómo hacerlo y desde dónde. Pasa por liberar a las mujeres del ideal de perfección permanente y permitirles ser humanas, reales y coherentes con su momento vital.

Las organizaciones, los medios y las marcas tienen un rol clave en este cambio. Promover referentes femeninos diversos, reales y auténticos contribuye a construir una cultura donde el valor de una mujer no esté ligado a su apariencia, sino a su aporte, su visión y su liderazgo. Una cultura que entienda que el bienestar financiero también es bienestar, y que no puede sostenerse un modelo que exige invertir constantemente en imagen para poder pertenecer.

En definitiva, las mujeres quieren estar bien, gustarse y sentirse seguras. Pero no a costa de su paz mental, de su estabilidad económica o de su tiempo vital. Las mujeres líderes necesitan espacios donde puedan ejercer su liderazgo sin máscaras, sin presiones innecesarias y sin culpa. Porque cuando una mujer lidera desde la autenticidad y el equilibrio, no solo se beneficia ella: se transforma todo su entorno.

Por : Carla Galindez
CEO de Destinos y Negocios
Creadora de la Experiencia
"Protagonistas de Portada"
Isla de Gran Canaria, España.



PROTAGONISTAS DE PORTADA

Madrid Canarias



Mentorías de
**REPUTACIÓN
MEDIÁTICA**

**NETWORKING
INTERNACIONAL
"MEET & GREET"
DESTINOS Y NEGOCIOS**

**EXPERIENCIAS Y VIAJES DE
INCENTIVOS: SALUD
MENTAL PARA LÍDERES
EMPRESARIALES**

*Premio Innovación del año 2024 por ASEME Canarias

* Premio MPI Iberian Awards "Shattering the Glass Ceiling 2025"

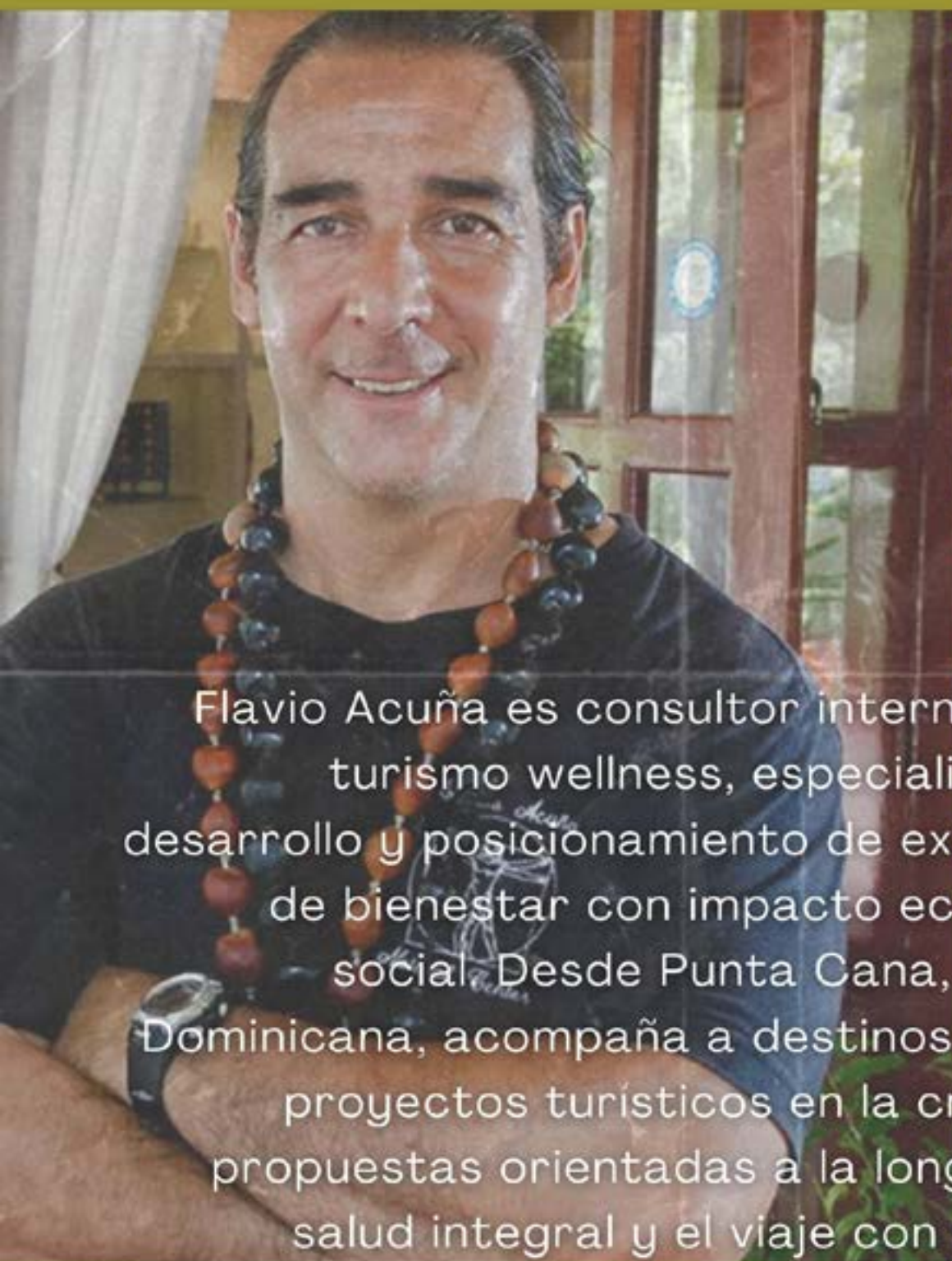
* Reconomiento "Eco Mujer Maravilla Internacional 2025"

Destinos y Negocios España



Flavio Acuña

Consultor Internacional



Flavio Acuña es consultor internacional en turismo wellness, especializado en el desarrollo y posicionamiento de experiencias de bienestar con impacto económico y social. Desde Punta Cana, República Dominicana, acompaña a destinos, hoteles y proyectos turísticos en la creación de propuestas orientadas a la longevidad, la salud integral y el viaje con propósito.





EL TURISMO DE BIENESTAR PARA MAYORES DE 50 AÑOS EXPERIENCIAS QUE SUMAN VIDAS

El turismo de bienestar para mayores de 50 años se ha consolidado como uno de los segmentos de mayor crecimiento a nivel global, impulsado por viajeros que buscan algo más que descanso: calidad de vida, vitalidad y propósito. En este artículo, Flavio Acuña analiza cómo estas experiencias *wellness* están transformando la forma de viajar en la etapa adulta, generando impacto positivo tanto en las personas como en los destinos, y posicionando a la República Dominicana como un referente en este modelo de turismo consciente.

Los viajes de bienestar y los retiros diseñados para personas mayores de 50 años se han consolidado como uno de los segmentos de mayor crecimiento dentro de la industria turística a nivel global.

Lejos de ser una tendencia pasajera, este tipo de experiencias responde a un cambio profundo en la forma de viajar y de entender la etapa adulta, donde

la prioridad ya no es solo conocer nuevos destinos, sino mejorar la Este público se caracteriza por contar, en muchos casos, con mayor estabilidad financiera, disponibilidad de tiempo y una clara conciencia sobre la importancia del autocuidado. Se trata de viajeros activos, informados y exigentes, que buscan propuestas auténticas y personalizadas, enfocadas en la salud integral, la relajación, el equilibrio emo-



cional y el crecimiento personal. Para ellos, viajar se convierte en una inversión consciente en bienestar físico, mental y espiritual. El turismo de bienestar para mayores de 50 años abarca una amplia gama de experiencias: desde spas de lujo con programas de longevidad y tratamientos holísticos, hasta retiros de yoga, meditación y mindfulness en entornos naturales privilegiados.

También incluye viajes enfocados en la nutrición consciente, el movimiento funcional, la gestión del estrés, el des-



Además, el turismo de bienestar genera empleo especializado, fomenta la formación profesional y dinamiza las economías locales, especialmente en comunidades que apuestan por un desarrollo turístico más sostenible y responsable.



canso profundo y la reconexión con uno mismo. Estas propuestas no solo atienden necesidades físicas, sino que promueven vínculos sociales, sentido de pertenencia y nuevas motivaciones vitales. El impacto económico de este segmento es significativo. Estos viajeros suelen tener un mayor poder adquisitivo y una estancia media más prolongada, lo que se traduce en un mayor consumo de servicios de calidad, experiencias personalizadas y productos locales.

Además, el turismo de bienestar genera empleo especializado, fomenta la formación profesional y dinamiza las economías locales, especialmente en comu-



nidades que apuestan por un desarrollo turístico más sostenible y responsable.

Para los destinos, este segmento representa una oportunidad estratégica. Adaptar la oferta turística a las necesidades de un público mayor de 50 años implica invertir en infraestructura accesible, servicios de salud y bienestar, experiencias culturales auténticas y propuestas aliadas con la sostenibilidad.

A su vez, permite diversificar la oferta más allá del turismo tradicional, reduciendo la estacionalidad y fortaleciendo la identidad del destino.

En este contexto, la República Dominicana se posiciona como un país referente en el turismo de bienestar. Su riqueza natural, clima privilegiado, hospitalidad, infraestructura hotelera de alto nivel y creciente

oferta de experiencias *wellness* la convierten en un destino ideal para este segmento.

Desde centros de bienestar integrados en *resorts* hasta retiros especializados en entornos naturales, el país ofrece un equilibrio perfecto entre descanso, cuidado personal y disfrute consciente. Creemos firmemente en el poder transformador de los viajes de bienestar y en su capacidad para mejorar vidas, generar impacto positivo y crear conexiones significativas.

Por ello, destacamos la importancia de este tipo de turismo y celebramos que la República Dominicana sea un referente en este ámbito, un lugar del cual estamos orgullosos de ser y estar, promoviendo experiencias que inspiran bienestar, plenitud y una nueva forma de viajar.

Para los destinos, este segmento representa una oportunidad estratégica. Adap-



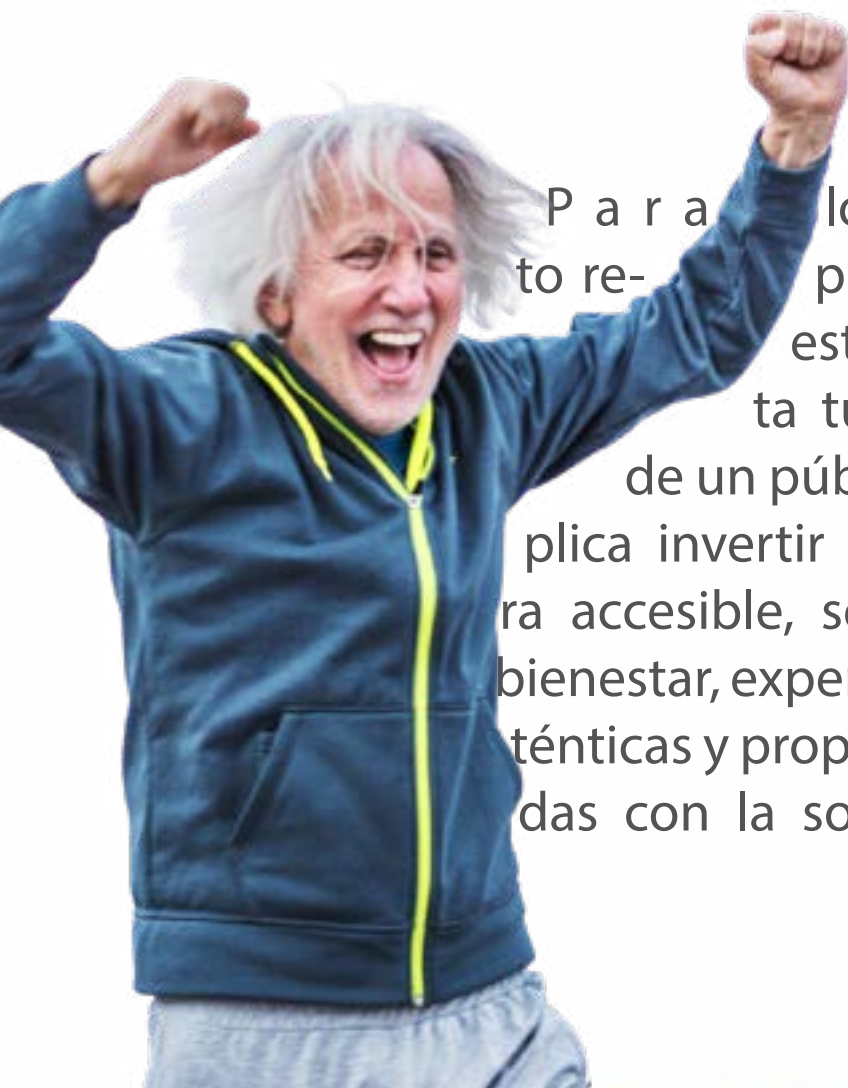
tar la oferta turística a las necesidades de un público mayor de 50 años implica invertir en infraestructura accesible, servicios de salud y bienestar, experiencias culturales auténticas y propuestas alineadas con la sostenibilidad.

A su vez, permite diversificar la oferta más allá del turismo tradicional, reduciendo la estacionalidad y fortaleciendo la identidad del destino. En este contexto, la República Dominicana

se posiciona como un país referente en el turismo de bienestar.

Su riqueza natural, clima privilegiado, hospitalidad, infraestructura hotelera de alto nivel y creciente oferta de experiencias wellness la convierten en un destino ideal para este segmento. Desde centros de bienestar integrados en resorts hasta retiros especializados en entornos naturales, el país ofrece un equilibrio perfecto entre descanso, cuidado personal y disfrute consciente.

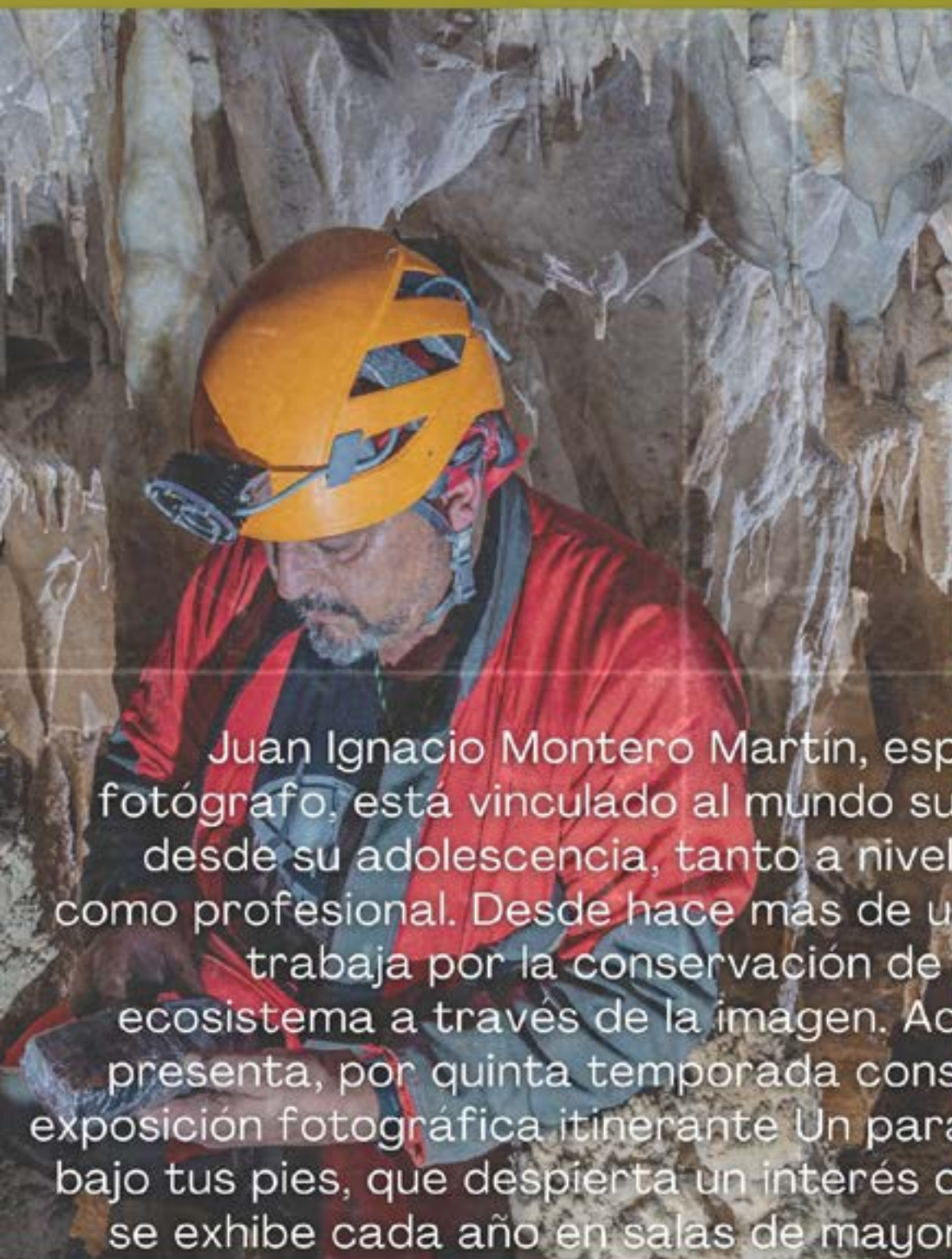
Por: Flavio Acuña
Consultor Internacional
en Turismo Well-



Para los destinos, este segmento representa una oportunidad estratégica. Adaptar la oferta turística a las necesidades de un público mayor de 50 años implica invertir en infraestructura accesible, servicios de salud y bienestar, experiencias culturales auténticas y propuestas alineadas con la sostenibilidad.



Juan Ignacio Montero Martín



Juan Ignacio Montero Martín, espeleólogo y fotógrafo, está vinculado al mundo subterráneo desde su adolescencia, tanto a nivel deportivo como profesional. Desde hace más de una década trabaja por la conservación de este frágil ecosistema a través de la imagen. Actualmente presenta, por quinta temporada consecutiva, la exposición fotográfica itinerante Un paraíso oculto bajo tus pies, que despierta un interés creciente y se exhibe cada año en salas de mayor prestigio.







CUEVAS

GEOLOGÍA EMOCIONAL BAJO TUS PIES

La espeleología se muestra en este artículo como algo más que una actividad deportiva o exploratoria. El autor comparte su visión del mundo subterráneo como un espacio que favorece el bienestar emocional, la calma mental y la reflexión, invitando a detenerse y observar el tiempo desde otra escala. A través de su experiencia y **de las fotografías de su propia autoría** que acompañan el texto, propone una conexión profunda con la historia geológica y humana, una vivencia que aporta perspectiva, humildad y una forma distinta de entender nuestro lugar en el mundo.

Poco, o mejor expresado, nada tiene que ver este artículo que expongo a los lectores si juzgan a primera vista el contenido de las imágenes que acompañan este texto. Y es que sí, no puedo quitar la razón a quien abra esta crónica y directamente quede “descolocado” al

ver este tipo de actividad dentro de una revista enfocada al turismo de bienestar. Amigo lector o lectora, me permito la licencia de solicitar tu atención para intentar demostrarte que, una cueva, por hostil que te parezca, puede aportarte mucho a tu bienestar, sobre todo el mental.



Me sería muy sencillo exponer en este humilde artículo, el beneficio que me aporta a mí personalmente este tipo de actividad, pero quizás tengamos conceptos diferentes, pues yo, cuando llego a casa después de una agotadora jornada de fotografía espeleológica y me pongo a editar el trabajo realizado, es cuando realmente encuentro mi punto de bienestar por algo que me ha costado un esfuerzo extraordinario (no voy a entrar en detalles con los achaques de la edad).

La actividad espeleológica, como tal, como deporte de "riesgo", te puede aportar mucho, tanto a nivel físico como mental, por supuesto dependiendo de hasta donde estés dispuesto a llegar o los riesgos que quieras asumir, pero me gustaría dirigirme a aquellas personas que, lejos de pretender entrar en estos espacios con un buzo, un casco con



frontal y un arnés, quieran encontrar otra conexión mas sencilla con estos maravillosos lugares. Si, claro que podemos disfrutar de una manera más segura y sencilla del maravilloso mundo subterráneo que tenemos bajo nuestros pies.

Hablamos de las cuevas turísticas, por supuesto que no creo que a estas alturas vaya yo a descubrirte nada, pero si que puedo aportar un enfoque distinto, mi



óptica personal. Claro que visitar una cueva adaptada para el turismo es sencillo, basta con adquirir la entrada, y realizar la visita que la empresa que gestiona la cavidad tiene programada y estipulada, eso sí, con más o menos acierto. En España existen infinidad de lugares así repartidos por todas las comunidades autónomas.

Pero... ¿y si te propongo cuevas turísticas que aporten algo distinto? Si, claro que sí, las explicaciones históricas o los aportes técnicos que un guía turístico en materia de química y física kárstica pueda exponerte siempre aportan al conoci-



miento general, por supuesto siempre y cuando te alejes de aquellos que se empeñen en que encuentres parecidos razonables o pareidolias con las formaciones. No hay nada como intentar razonar y comprender en materia geológica lo que se observa en el interior de una cueva. Tendemos a compararnos junto a aquello que observamos, y solamente cuando nos ponemos frente a prodigios geológicos como los que se observan bajo tierra, es cuando nos damos buena cuenta de lo insignificantes que somos, es lo que yo describo como "geología emocional". Solo pensar que, mucho antes de que nosotros como especie que un buen día nos incorporamos, nos pusimos en pie y echáse-





mos a caminar sobre nuestras extremidades inferiores, muchas de las cavidades y formaciones que hoy contemplamos ya estaban aquí, solo plantearte ese “pequeño” detalle, hace que, emocionalmente, nuestro cerebro, después de la adaptación a esos tiempos geológicos, reciba una severa dosis de humildad que se traduce siempre en una mejora, aunque solo sea levemente como ser humano.

Pero yo te invito a que busques algo un poco mas allá, algo diferente, un tipo de cueva que, por supuesto además de que te haga viajar por cientos de miles de años de evolución geológica, te traslade a aquellos tiempos en los que la supervivencia del ser humano estaba condiciona-

da al ingenio en la defensa del resto de criaturas con las que convivía y, por supuesto, a sus artes en la necesaria caza de éstos.

¿Sabes? En España hay una cueva en la que puedes contemplar el esqueleto de una cría de rinoceronte estepario... si, si, aquí en España, la tienes en Asturias, en el concejo de Onis, es la *Cueva de La Peruyal*, y nos deleita con el esqueleto de este bebé de unos 40.000 años. Si buscas información por la red, darás con la empresa que, de forma magistral y equipado con tu mono y tu casco te llevará a contemplar esta maravilla única a nivel internacional.

¿Sabías que hay una cueva turística en la que apareció el esqueleto intacto



de un león cavernario? Si, es tan sencillo como visitar la *Cueva de Arrikruz*, en Oñati, Guipúzcoa, en la que, aparte del descubrimiento del león cavernario, te explicarán como también la cueva era refugio de osos cavernarios, un verdadero deleite de visita.

Cuando el cliente se deja atrapar por las explicaciones de un buen guía ante casos así, cuando acompañado de una explicación precisa y entendible uno se traslada 35 o 40.000 años atrás, cuando dejas volar tu imaginación y por un instante "te ves" frente a un animal de este tipo, es cuando, de forma involuntaria y sin darte cuenta, agradeces la como-

dad actual mas insignificante, algo tan sencillo como el cerrar una cremallera para abrigarse, "por citar un ejemplo", medios y actos involuntarios que, para el hombre actual pasan desapercibidos, hace 40.000 años eran la "ciencia ficción de la prehistoria".

El bienestar mental después de visitar estos espacios se manifiesta cuando, por una parte, eres consciente de lo efímeros que somos en esta minúscula "bola azul" colgada de una minúscula galaxia y cuando te das cuenta de que para que nosotros hallamos llegado a ese sencillo punto (me da igual subiendo una cremallera, pulsando un botón para iluminar en casa





mas de 40 años practicándola... yo estoy “sobrado de turismo de bienestar” dicho esto de manera chistosa por supuesto. Pero, prudencia por favor, déjate guiar siempre si no vas a una cueva turística por un especialista, existen infinidad de empresas dedicadas a ello que te van a proporcionar una experiencia inolvidable. Una cueva es un entorno hostil, incluso para los que llevamos décadas dedicándonos a ellas.



Por: Juan Ignacio Montero Martín.
Espeleólogo y Fotógrafo
Toda la labor espeleofotográfica
puede contemplarse en su blog
personal.

o sentándonos en un sofá), miles de generaciones por delante nuestro tuvieron que enfrentarse a unos colmillos afilados en la disputa por el cobijo en una cueva.

Actualmente, y por desgracia cada vez es mas frecuente, muchos de nosotros, crecidos por una mas que dudosa fuente de información en Internet, nos equipamos con un material básico y nos adentramos en estos espacios sin conocimiento del medio, en muchas ocasiones, (por desgracia demasiadas), ese “turismo de bienestar” que buscamos por nuestra cuenta acaba en desgracia. Esto es algo que me gustaría no escribir, pero me veo en la obligación de hacerlo.

Por supuesto que esta actividad es gratificante mentalmente, no te puedo describir cuanto, de lo contrario no llevaría



Te invito a que disfrutes del bienestar mental y físico que te proporciona el mundo subterráneo, aunque sea algo tan sencillo como dejarte envolver por el mágico goteo que lentamente forma estas maravillas, pero siempre con prudencia y sentido común.



Eduardo Arazola



Consultor de espacios hoteleros y corporativos, FF&E, Host del podcast Entre Lápices y Pantallas, Coordinador Estratégico de Easaedro. Autor de varios libros y cursos. Conferenciante y formador.





EL BIENESTAR COMO EJE CENTRAL O COMO COMPLEMENTO EN EL TURISMO ACTUAL

El turismo de bienestar se ha convertido en un pilar clave del sector, pero su popularización ha generado interpretaciones simplificadas del concepto *Wellness*. Este artículo propone una mirada más amplia, que va más allá del SPA como único referente. A través de distintos enfoques —experiencias hoteleras, alimentación consciente, tratamientos, retiros y vivencias fuera del alojamiento— se invita al lector a comprender el bienestar como una experiencia integral y personal dentro del viaje.

El Bienestar o *Wellness* se ha convertido en uno de los principales motores del turismo y los viajes, extendiéndose a todo tipo de hoteles y establecimientos, y constituyendo uno de los argumentos más potentes para agencias.

Tanta ha sido la expansión y popularización del concepto que se ha llegado a un punto en que se hace necesario aclarar algunos conceptos y establecer la relación

que se quiere tener con el Bienestar en el mundo de la hotelería, y también por parte de los viajeros.

Nos centramos en la parte del *Wellness* que afecta al turismo, pues el Bienestar como tal es un concepto holístico complejo que se puede abordar desde diferentes puntos de vista, quedándonos en esta ocasión con el Turismo *Wellness*.



EL SPA EN EL HOTEL, Y ALGO MÁS.

Como ocurre con tantos conceptos que se popularizan de manera rápida y extensiva, el Bienestar ha empezado a interpretarse de manera diversa y alejándose de su raíz a base de identificarse con elementos sueltos reconocibles.

El SPA del hotel pertenece al mundo del Bienestar pero el Bienestar no es un SPA. Son ya muchas las ocasiones en que se da por sentado que hablar de *Wellness* en turismo sea hablar de SPA,



Ya no vale con tener una serie de piscinas y chorros de agua sino que los hoteles han ido incorporando conceptos de SPA que rivalizan o superan a algunos SPA clásicos de estilo termal independientes.



y no se debe reducir a eso. Si hablamos de hoteles premium, de alta gama o de lujo, la existencia del SPA en el hotel se ha convertido en algo obligatorio.

Pero más allá de eso, el SPA se ha ido definiendo en sus diferentes interpretaciones, y esto ha dado lugar a una diversidad y riqueza de SPA en el turismo de alta gama cada vez mayor.

Ya no vale con tener una serie de piscinas y chorros de agua sino que los hoteles han ido incorporando conceptos de SPA que rivalizan o superan a algunos SPA clásicos de estilo termal independientes.



EL SPA BASADO EN TRATAMIENTOS Y EL BASADO EN RECORRIDOS

Para que sea útil a viajeras y viajeros, te sugerimos dividir los tipos de SPA en estos 2, ya que resultan en experiencias claramente distintas entre sí, y tú eliges cuál prefieres.

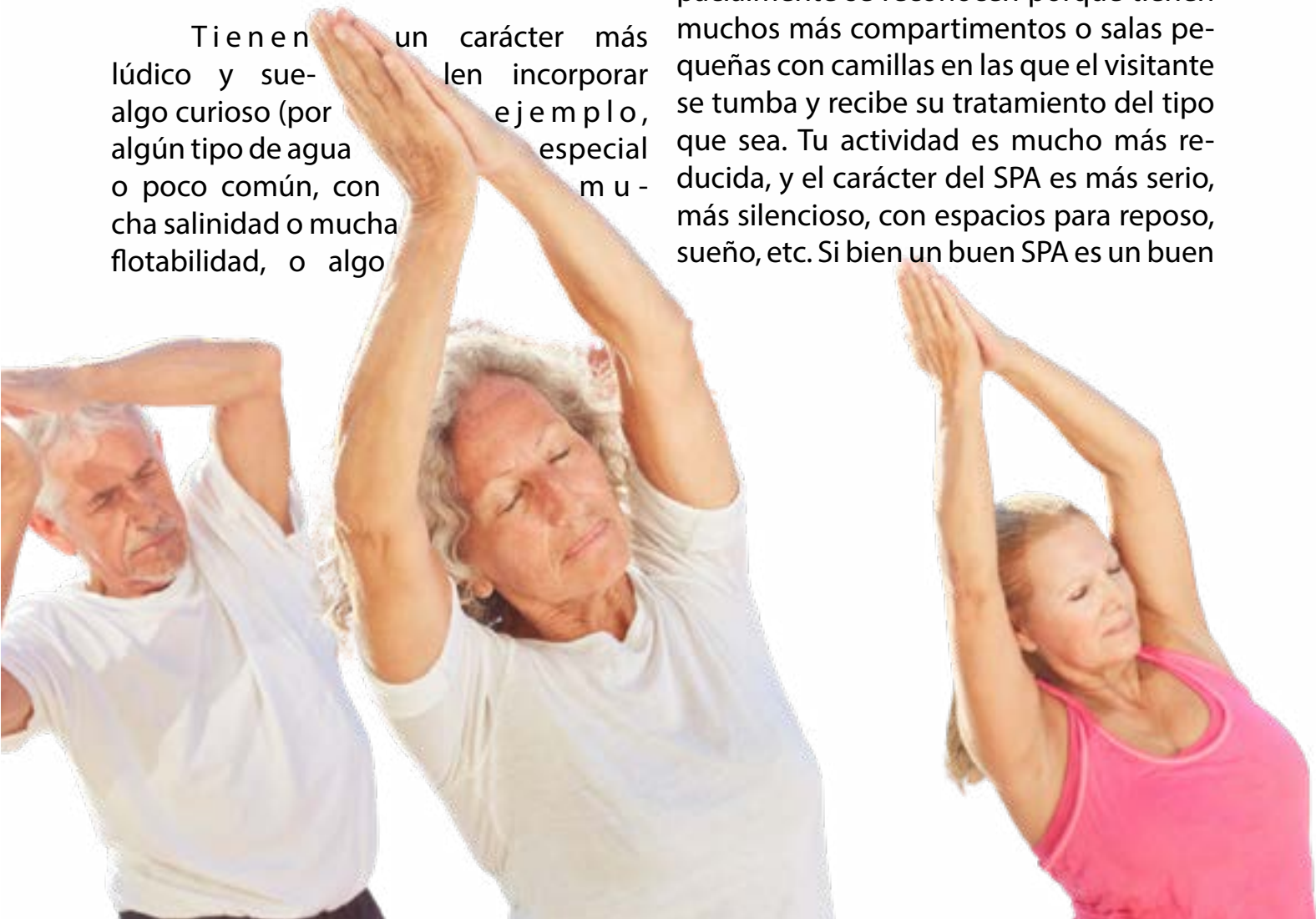
El SPA basado en recorridos es el que se basa fundamentalmente en piscinas, duchas, saunas, y espacios en los que eres tú quien realiza la actividad. Pasas por diferentes experiencias relativas, en general, al agua, el ambiente y la temperatura.

Tienen un carácter más lúdico y suelen incorporar algo curioso (por ejemplo, algún tipo de agua especial o poco común, con mucha salinidad o mucha flotabilidad, o algo

parecido) y también algo divertido (como barriles de agua fría que se vuelcan de repente sobre ti, duchas que van cambiando de agua fría a caliente, lluvia de hielo, etc.).

Es un tipo de SPA en el que es fácil oír a las personas, por ejemplo, reaccionando a la caída repentina de agua fría, o risas de acompañantes... Manteniendo siempre el tono silencioso de un SPA.

El SPA basado en tratamientos es el que prioriza la actividad del personal profesional del SPA más que la tuya. Especialmente se reconocen porque tienen muchos más compartimentos o salas pequeñas con camillas en las que el visitante se tumba y recibe su tratamiento del tipo que sea. Tu actividad es mucho más reducida, y el carácter del SPA es más serio, más silencioso, con espacios para reposo, sueño, etc. Si bien un buen SPA es un buen





SPA, sea del tipo que sea, actualmente la tendencia es a considerar más lujosos los SPA basados en tratamientos, proliferando más en los hoteles de 5 estrellas.

ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN EL TURISMO DE BIENESTAR.

Un argumento transversal a los hoteles, incluso los que no son publicitados

Alimentos que en una época se consideran saludables dejan de considerarse así en otras épocas, incluso en un mismo momento hay alimentos cuya salubridad o idoneidad está en discusión.

No vamos a resolver ese complejo asunto en este artículo. Lo que nos interesa destacar en este artículo es que los hoteles están prestando atención al concep-

Los hoteles están prestando atención al concepto y se esfuerzan por incorporar alimentos que se integran dentro de lo que el huésped de Bienestar pueda buscar.

como Wellness, es incorporar o centrarse en una oferta alimentaria considerada como saludable. Y al mismo tiempo, una cierta retirada de otros alimentos que se consideran no saludables.

A este respecto hay bibliotecas enteras de opinión, estudios de todo tipo y cambios de estándares cada cierto tiempo en el resultado material de la estrategia.

to y se esfuerzan por incorporar alimentos que se integran dentro de lo que el huésped de Bienestar pueda buscar.

CEREMONIAS Y BIENESTAR FUERA DEL HOTEL

El Turismo de Bienestar no es solo un SPA, sino que existen lugares, que pueden estar vinculados o no a un hotel, a los que las personas van a tener una experiencia *Wellness*.



Retiros, campamentos, rutas... son algunos ejemplos. Lugares en los que el hospedarse pasa a segundo plano. Lo que importa es la experiencia, que suele tener un cierto carácter inmersivo e intenso.

Se realizan ceremonias, sesiones con atención al tema que se trate, se realiza una alimentación coherente con ese tema, etc. En estos casos, el lujo no se basa tanto en las características del alojamiento como en la vivencia del Wellness en sí. Ejemplos claros se encuentran en lugares especialmente relacionados con la naturaleza, paisajes, silencio o tradición cultural local.

EL *WELLNESS* PUEDE SER EL TEMA DEL VIAJE O NO

Puedes querer alojarte en un hotel de lujo, disfrutar de unas vacaciones y una estancia turística, y además, disfrutar de un SPA, hacer ejercicio en el gimnasio del hotel, comer sano...

O puedes hacer que el *Wellness* sea el centro de tu viaje, yendo a un retiro a algún lugar a vivir una experiencia en la que el hospedaje es secundario.

El enfoque es muy distinto, como ves. Y cada cual elige cómo quiere enfocar su viaje. Lo mejor es que tengas la información necesaria con publicaciones como ésta, y a partir de ahí, quien decide libremente eres tú, como tú prefieras.



Por: Eduardo Arazola
Consultor hotelero



Lucía Romero de Ávila



Lucía Romero de Ávila es fundadora y directora de Renova Thermal desde 2005, pionera en la formación especializada de profesionales de spa en España con más de 20 años de experiencia en el sector wellness.

Es embajadora de España por World Wellness Weekend, delegada de la Asociación Americana de Spa y galardonada como Wonder Woman of Wellness





EL PODER SANADOR DE LAS AGUAS MINEROMEDICINALES TRADICIÓN, CIENCIA Y BIENESTAR

El artículo explora el poder sanador de las aguas mineromedicinales en balnearios, destacando sus propiedades únicas según su composición —sulfuradas para piel y articulaciones, bicarbonatadas para digestión, cloruradas para circulación— y beneficios como desintoxicación, relajación neuromuscular y refuerzo inmunológico. Subraya la importancia de profesionales formados en hidroterapia y protocolos termales para tratamientos seguros y personalizados, disponibles en programas presenciales y online de Renova Thermal.

Desde hace siglos, las aguas mineromedicinales han sido fuente de salud y bienestar. Civilizaciones antiguas como la romana, la griega o la árabe ya reconocían en las aguas termales una energía viva capaz de restaurar el cuerpo y el alma. Hoy, en pleno siglo XXI, la ciencia respalda lo que la sabiduría ancestral intuía: **las aguas mineromedicinales poseen propiedades terapéuticas únicas** que influ-

yen positivamente en nuestra salud, y su uso en balnearios es uno de los pilares del turismo de bienestar más auténtico y sostenible.

En un mundo acelerado, donde el estrés y la fatiga son males comunes, redescubrir el poder curativo de la naturaleza se ha convertido en una necesidad. Los balnearios y centros termales que



integran estas aguas en sus tratamientos ofrecen algo más que descanso; ofrecen una experiencia de reconexión profunda con los elementos.

AGUAS QUE SANAN: COMPOSICIÓN Y PROPIEDADES

No todas las aguas termales son iguales. Su origen geológico les otorga características únicas que determinan su valor terapéutico. A lo largo de su recorrido subterráneo, estas aguas se cargan de minerales —como magnesio, calcio, hierro, azufre o silicio— y alcanzan temperaturas elevadas que incrementan su capacidad

Cuando una persona se sumerge en un baño termal, el cuerpo responde con una serie de reacciones fisiológicas que incluyen dilatación de los vasos sanguíneos, mejora de la oxigenación celular, desintoxicación natural y relajación neuromuscular.



de penetración y acción en el organismo.

Dependiendo de su composición, las aguas mineromedicinales pueden tener efectos específicos:

- **Las sulfuradas** son beneficiosas para afecciones cutáneas, respiratorias y articulares.
- **Las bicarbonatadas** ayudan a equilibrar el sistema digestivo y el metabolismo.
- **Las cloruradas** estimulan la circulación y revitalizan el sistema muscular.
- **Las ferruginosas** combaten estados de fatiga y anemia ligera.

Cuando una persona se sumerge en un baño termal, el cuerpo responde con una



serie de reacciones fisiológicas que incluyen **dilatación de los vasos sanguíneos, mejora de la oxigenación celular, desintoxicación natural y relajación neuromuscular**. En combinación con la inhalación de vapores o las aplicaciones tópicas de barro termal, estos tratamientos potencian el equilibrio y la regeneración del organismo.

EL BALNEARIO COMO TEMPLO DE BIENESTAR

Los balnearios que utilizan aguas mineromedicinales son lugares donde la naturaleza se convierte en terapia. Su valor va más allá de lo turístico: son **espacios de salud preventiva y recuperación natural**. En ellos, la estancia no solo alivia dolencias físicas, sino que también proporciona un descanso emocional y mental, ayudando a reducir la ansiedad, mejorar el sueño y

fortalecer el sistema inmunológico.

Por eso, el turismo termal se ha posicionado como una de las grandes categorías dentro del turismo de bienestar. En ferias como FITUR, los destinos termales representan mucho más que instalaciones o tratamientos: simbolizan una manera consciente de viajar, con respeto al entorno y con una mirada interior. El visitante busca reconectar con su cuerpo y con la tierra, y encuentra en el agua su mejor aliada.

LA IMPORTANCIA DE LOS PROFESIONALES TERMALES

Sin embargo, para que la experiencia termal sea segura, efectiva y transformadora, es imprescindible contar con profesionales formados. Las aguas mineromedicinales, por su composición y temperatura, requieren un uso controlado y conocimiento técnico. No basta con ofre-





cer un baño o una ducha termal; hay que saber interpretar la necesidad de cada persona, combinar técnicas y aplicar protocolos personalizados.

En la *Escuela de Formación de Spa de Renova Thermal*, entendemos la formación termal como una ciencia y un arte. Enseñamos a nuestros alumnos a comprender la naturaleza del agua, su energía y

ficamente actualizado, que permite a los futuros profesionales trabajar tanto en balnearios tradicionales como en spas urbanos u hoteles *wellness*.

FORMACIÓN PRESENCIAL Y ONLINE: CONOCIMIENTO SIN FRONTERAS

En *Renova Thermal* ofrecemos formación tanto presencial como online, adaptándonos a las necesidades del nue-

Enseñamos a nuestros alumnos a comprender la naturaleza del agua, su energía y su acción sobre el organismo. Formamos técnicos termales, masajistas y terapeutas en el uso correcto de estas aguas y en cómo integrarlas en programas holísticos de bienestar.

su acción sobre el organismo. Formamos técnicos termales, masajistas y terapeutas en el uso correcto de estas aguas y en cómo integrarlas en programas holísticos de bienestar.

Nuestros cursos abarcan desde la fisiología termal y la clasificación de las aguas medicinales hasta las técnicas prácticas de hidroterapia, envolturas, duchas Vichy o circuitos termales. Todo ello con un enfoque humano, sostenible y científicamente

vo profesional del bienestar. En los programas presenciales, los alumnos aprenden en contacto directo con el agua, practicando en instalaciones termales y viviendo la atmósfera del balneario. Es una inmersión sensorial y práctica donde se aprende con la experiencia.

Por otro lado, nuestra **formación online** permite que terapeutas, fisioterapeutas o esteticistas de cualquier parte del mundo puedan especializarse y ac-



tualizar sus conocimientos desde casa. A través de una plataforma accesible y acompañamiento docente personalizado, los estudiantes descubren las bases teóricas y los protocolos de aplicación que convierten las aguas mineromedicinales en fuente de salud. Lo importante no es solo dominar la técnica, sino comprender su esencia.

EL AGUA COMO EJE DEL BIENESTAR DEL FUTURO

El turismo termal representa una oportunidad única para redescubrir el valor del agua como recurso natural y terapia de vida. En un momento en que el bienestar se ha convertido en una prioridad global, los balnearios con aguas mineromedicinales se perfilan como **espacios de futuro**, donde la sostenibilidad, la salud y la tradición se encuentran.

Cada gota de agua termal contiene millones de años de historia geológica y una sabiduría que el ser humano puede aprovechar para restablecer su equilibrio. Si aprendemos a cuidarla, respetarla y aplicarla con conocimiento, el agua seguirá siendo —como desde siempre— **fuentes de salud, belleza y bienestar integral**.

Desde la *Escuela de Formación de Spa Renova Thermal*, seguiremos trabajando para que cada profesional del sector conozca ese poder y lo transmita a quienes buscan sanar o simplemente reconectarse con la naturaleza. Porque el futuro del turismo de bienestar se escribe con agua.

Por: Lucía Romero de Ávila
CEO de Renova Thermal



Eva Rivera López



Eva Rivera López es docente, traductora e intérprete titulada de lengua portuguesa, cuenta con una sólida carrera internacional apoyada en su dominio de idiomas y formación en Humanidades, Gestión de Empresas y Producción Audiovisual (Cine, TV y Radio Podcast).

Destaca como locutora y creadora de los programas Descontrol Sonoro (Radio Utopía 107.8 FM) y Coração Lusófono (Radioevo), además de colaborar en Cuatro Gatos al fresco.

Con amplia experiencia en agencias de viajes, trabaja desde 2013 en Mercado&Eventos (incorporada por recomendación tras formar parte de Embratur en 2012). Especialista en relaciones públicas y protocolo, ha ejercido como recepcionista en ferias como BTL y para el Turismo de Cabo Verde.





BRASIL 2026: EL DESPERTAR DE UN GIGANTE TURÍSTICO Y SENSORIAL

DE LOS RÉCORDS DE VISITANTES A LA INMERSIÓN EN LA CULTURA, LA MÚSICA Y EL BIENESTAR

Brasil se presenta en 2026 como un destino turístico en plena madurez y expansión. Tras alcanzar un récord histórico de visitantes internacionales, el país apuesta por un modelo que integra cultura, música y bienestar. Más allá del turismo tradicional, Brasil ofrece experiencias con propósito, donde cada región aporta su identidad y ritmo. De cara a FITUR 2026, se consolida como un destino que se vive desde los sentidos y la emoción.

Brasil atraviesa una auténtica edad dorada. Tras cerrar 2025 con un hito histórico de 9,3 millones de turistas internacionales —un crecimiento del 37% respecto al año anterior—, el país llega a FITUR 2026 consolidado como uno de los destinos más sólidos del panorama global. Este éxito no es casual; responde al Plano Brasis (2025-2027), una estrategia que ha sabido capitalizar el “*soft power*” brasileño: su hospitalidad, su música y su biodiversidad.

Los pilares de un crecimiento imparable. El actual fenómeno turístico brasileño se sostiene sobre tres ejes estratégicos que han transformado el sector:

- **Fortaleza Económica:** Solo en los primeros diez meses de 2025, el turismo generó ingresos récord de 185.000 millones de reales, con un impulso notable en estados como Amazonas y Bahía.
- **Conectividad Global:** El resurgimiento del aeropuerto de Galeão (Río de Ja-



neiro) como hub internacional ha facilitado el flujo de vuelos directos desde Europa, conectando mejor que nunca a los viajeros con la oferta cultural del país.

- **Turismo con Propósito:** Más allá del sol y la playa, Brasil se posiciona como referente en turismo regenerativo, integrando naturaleza, espiritualidad y servicios de alto nivel.

UN PAÍS QUE SE ENTIENDE A TRAVÉS DE SU RITMO

Viajar a Brasil en 2026 es, ante todo, una experiencia sonora. El país ha logrado que



Más allá del sol y la playa, Brasil se posiciona como referente en turismo regenerativo, integrando naturaleza, espiritualidad y servicios de alto nivel.



su identidad musical sea la puerta de entrada a sus regiones:

- **El latido urbano:** En el Sudeste, la Samba de Roda (Patrimonio de la Humanidad) y la Bossa Nova definen la sofisticación de Río y São Paulo.
- **Energía popular:** El Nordeste vibra con el forró, el frevo y el axé, pilares de un folklore vivo que atrae a quienes buscan raíces auténticas.
- **Conexión Amazónica:** En el Norte, el carimbó conecta al visitante con el turismo comunitario y el corazón de la selva.
- **Tradición rural:** El Centro-Oeste y el Sur muestran su fuerza a través del sertanejo y el vanerão en festivales multitudinarios.



El calendario para este año fusiona el entretenimiento de masas con la introspección personal:

- **Destino de Gig Tripping:** Brasil se reafirma como sede de grandes giras internacionales. Ciudades como São Paulo y Río recibirán a leyendas como AC/DC y Guns N' Roses, además de festivales icónicos como *Rock in Rio*, *Lollapalooza* y el exclusivo *C6 Fest*.
- **Wellness y Espiritualidad:** Para quienes buscan desconexión, la oferta se diversifica con retiros de *sound healing* en Búzios, programas de ayurveda en el sur y yoga en la Chapada Diamantina o Santa Catarina.

TRES DESTINOS IMPRESCINDIBLES PARA 2026

- **Río de Janeiro:** El epicentro emocional. Combina el pulso del Carnaval con

experiencias de yoga al amanecer y recorridos históricos por la música nacional.

- **São Paulo:** Capital del entretenimiento y los negocios. Este año será sede de la *Expolazer & Wellness*, la feria de referencia del sector en América Latina.
- **Brasilia:** La joya arquitectónica refuerza su papel estratégico al acoger el *Visit Brasil Summit 2026*, centrado en el turismo sostenible y el segmento MICE.

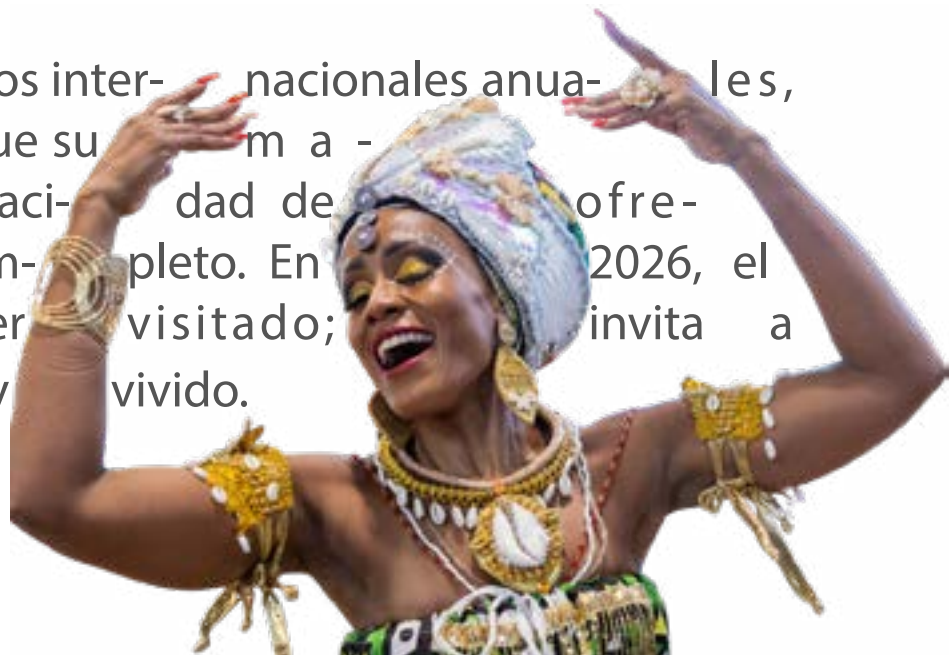
UNA APUESTA SEGURA EN FUTURO

Con cerca de 3.000 vuelos internacionales anuales, Brasil ha demostrado que su mayor fortaleza es su capacidad de ofrecer un viaje sensorial completo. En 2026, el país no solo invita a ser visitado; invita a ser escuchado, sentido y vivido.

Es, en definitiva, una experiencia transformadora que sintoniza al viajero con la esencia de un destino que parece no tener techo.



Con cerca de 3.000 vuelos internacionales anuales, Brasil ha demostrado que su mayor fortaleza es su capacidad de ofrecer un viaje sensorial completo. En 2026, el país no solo invita a ser visitado; invita a ser escuchado, sentido y vivido.

Eva Rivera López
Docente y traductora de la lengua portuguesa



Wellness

Costa Rica



La Asociación Wellness de Costa Rica es una organización sin fines de lucro dedicada a promover el bienestar integral al alcance de todas las personas. A través de retiros, talleres, prácticas holísticas y eventos empresariales, impulsa iniciativas basadas en los pilares del bienestar físico, mental y espiritual. Además, actúa como un espacio de encuentro que conecta a empresas, profesionales y proyectos comprometidos con el wellness, el holismo y las filosofías de vida consciente.





COSTA RICA IMPULSA LA “RUTA WELLNESS” SENSORIAL

NUEVO MAPA DE EXPERIENCIAS TRANSFORMADORAS PARA EL TURISMO DE BIENESTAR

La Ruta *Wellness* servirá como la plataforma para los turistas que buscan experiencias transformadoras en Costa Rica, destacando los mejores lugares que ofrece el país para este mercado. La ruta recorrerá el país en cuatro etapas iniciales, y permitirá a los visitantes incorporar bienestar integral en cada viaje, posicionando al país en un segmento de alto crecimiento global.

Con el objetivo de consolidar al país como uno de los destinos líderes de turismo de bienestar a nivel mundial, se anunció oficialmente el lanzamiento de la Ruta *Wellness* – “La esencia de Costa Rica”, un proyecto pionero que promoverá los destinos y experiencias más destacadas del país dentro de este segmento.

La Ruta *Wellness* servirá como la plataforma para los turistas que visitan

Costa Rica buscando experiencias transformadoras en su viaje, destacando las mejores propiedades y destinos que ofrecen el país para este mercado.

“La guía destaca los lugares donde el bienestar se convierte en una experiencia vivencial, integrando naturaleza, hospitalidad consciente y conexión con la cultura costarricense, demostrando la calidad y el profesionalismo de su oferta”,



explicó la presidenta de la Asociación *Wellness Costa Rica*, Mónica Carvajal.

Laura Barrantes profesional del segmento de bienestar, destacó que uno de los objetivos principales es fortalecer la visitación en la temporada verde.

“Además de posicionar al país en un segmento de alto crecimiento global, la iniciativa incorpora un enfoque de sostenibilidad social y ambiental, promoviendo el bienestar integral de cada persona, la recuperación del sentido de propósito y



La ruta recorrerá el país en cuatro etapas iniciales considerando solamente 3 destinos en cada una de ellas; esto permitirá que cada visitante obtenga en cada etapa, beneficios para su vida diaria a través de experiencias de alta calidad



el contacto regenerativo con la naturaleza a lo largo del año”, dijo, Barrantes.

La ruta recorrerá el país en cuatro etapas iniciales considerando solamente 3 destinos en cada una de ellas; esto permitirá que cada visitante obtenga en cada etapa, beneficios para su vida diaria a través de experiencias de alta calidad.

- **Etap 1: Ancestralidad & Naturaleza** – Turrialba, Puerto Viejo y Sarapiquí.
- **Etap 2: Regeneración & Propósito** – Arenal, Upala y Guanacaste.
- **Etap 3: Autenticidad & Longevidad** – Monteverde, Sardinal y Nosara.
- **Etap 4: Reconexión & Equilibrio** – Atenas, Manuel Antonio y Golfito.



“El turismo es la actividad económica que impacta con empleos directos en todo el territorio nacional, integrando a cientos de comunidades, por lo que esta ruta es una oportunidad de crecimiento, no sólo para los líderes que la conformarán, sino para toda la cadena de valor y encadenamientos que hay en cada destino, desde restaurantes, transportes, hasta artesanías, productos de cuidado personal, entre otros”, señaló Carvajal.

La convocatoria queda abierta para las empresas que deseen ser parte de la Ruta *Wellness*, siendo la vitrina donde los mejores prestadores de servicios de bienestar se transforman en protagonistas del turismo con propósito.

Las empresas interesadas pueden comunicarse al correo info@ecowellnesscr.com WhatsApp: (506) 8830-7038

o comercial@mcgroupcr.com WhatsApp: (506) 8847-6318

Esta iniciativa, única en el mundo, es impulsada por las empresas, Ecowellness & Travel y MC Eventos y cuenta con el apoyo de la Asociación Wellness Costa Rica.

SOBRE EL TURISMO DE BIENESTAR

El mercado global del bienestar superó los \$6.8 billones en ventas para 2024, mientras que Costa Rica registra un incremento sostenido en el gasto promedio del turista, evidenciando un enorme potencial para el desarrollo de experiencias enfocadas en salud, transformación personal y contacto profundo con la naturaleza, con un consumo del 36% mayor que el turista regular.

El turismo es la actividad económica que impacta con empleos directos en todo el territorio nacional, integrando a cientos de comunidades, por lo que esta ruta es una oportunidad de crecimiento, no sólo para los líderes que la conformarán, sino para toda la cadena de valor y encadenamientos que hay en cada destino



Por: Asociación Wellness Costa Rica



EL ARTE DE HACER
PODCAST

CON

Pablo Montero

www.radioevo.com

Infórmate sobre
nuestros cursos de
Podcast





RADIO EVO

Para sentirte bien



www.radioevo.com



@radioevoonline



+34 606 741 147



Radioevo



@radioevoonline



Radioevo

ESCÚCHANOS

AQUÍ



