

A woman with her eyes blindfolded by a colorful striped cloth stands in a vineyard. She is wearing a blue jacket and holding a smooth, grey stone. Another person's hands are visible, one resting on the stone and another near her hands. The background shows a lush, green valley with rolling hills and a forest of trees under a cloudy sky. The foreground is filled with the vibrant, autumnal leaves of the grapevines.

Bienestar Regenerativo

*un cambio de
mentalidad más holístico*

José Antonio Fraiz y Edgar Tarrés

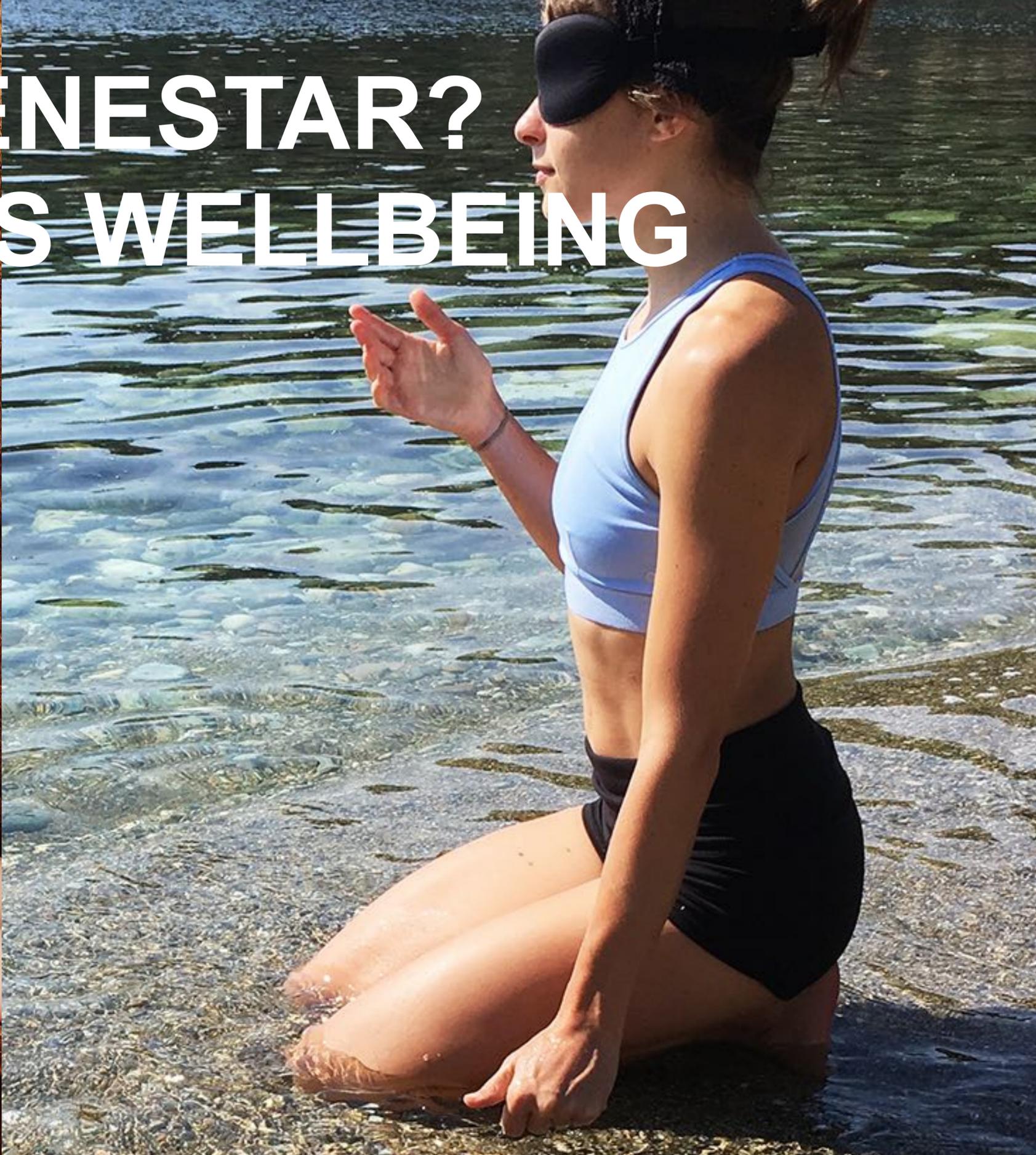


CAMBIOS CONSTANTES A SITUACIONES IMPENSABLES

Tecno estrés / estrés y fatiga crónica, covid persistente...: dolores de cabeza, fatiga mental, depresión, tensiones, insomnio, frustración, irritabilidad...

Después de la pandemia, el estrés, la ansiedad y la depresión hacen estragos en cada vez un mayor número de personas.

¿QUÉ BIENESTAR? WELLNESS VS WELLBEING



Mindful Travel

Transformación de personas,
destinos y organizaciones para
encontrar el equilibrio.

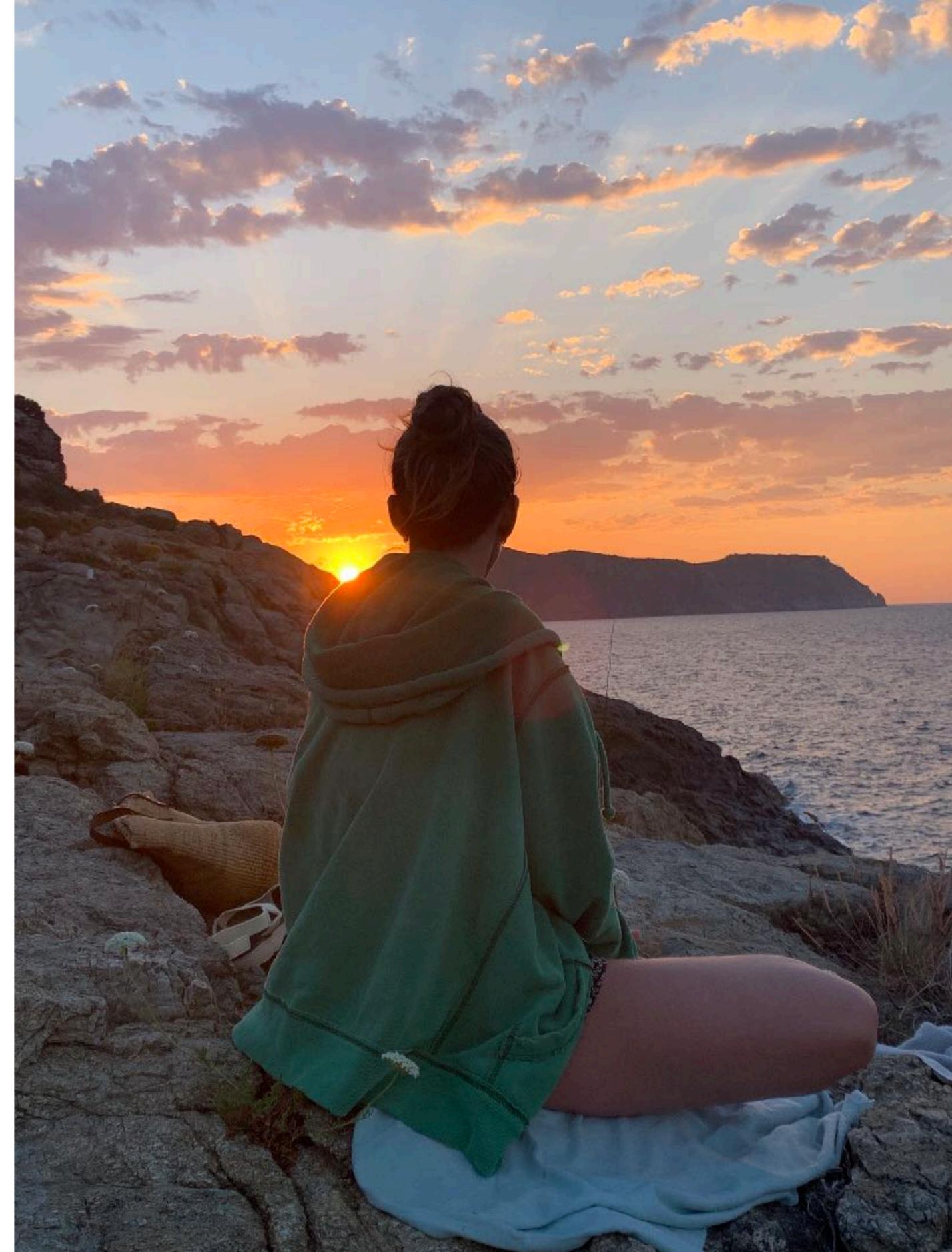


Datos

- 2014-2017 AUMENTO 40%.
- 2018 MERCADO DE 680M\$.
- 2022 980M\$.

- ESPAÑA OCUPA EL LUGAR 18 DENTRO DE LOS 20 PAISES MÁS VISITADOS EN EL CAMPO DEL BIENESTAR.

- NO ÉS ESTACIONAL.



Datos

Alrededor del 21% de los viajeros mundiales viajan actualmente por motivos de salud y bienestar, según la investigación Travel Trends 2022 de la red de viajes de lujo Virtuoso.

El estudio de Booking muestra, en este 2023, como la mayoría de los turistas buscan bienestar e incluso hablan concretamente de actividades relacionadas con el mindfulness.

El 80% de las personas encuestadas por Public Health England en 2020 informaron que querían cambiar su estilo de vida y volverse más saludables.

Otro estudio de Ipsos señaló que el 62% de los estadounidenses cree que la salud es más importante para ellos que antes de la pandemia.

Organizaciones

Personas felices
Empresas felices



Destinos

Sinergias entre empresarios turísticos, productores, terapeutas, artistas, asociaciones, emprendedores... para crear:

- * Experiencias auténticas y singulares.
- * Decidir qué destino/territorio queremos.



Personas

Buscan destinos conscientes.

Lugares tranquilos donde poder descansar y vivir experiencias.

Están dispuestas a pagar más si saben que su dinero va servir a una buena causa, como cuidar el entorno.



PÚBLICO

- NIVEL ECONÓMICO ALTO. VIAJAN TODO EL AÑO. % BAJO PERO ALTA RENDIBILIDAD.
- MAYOR NIVEL EDUCATIVO. MÁS EXPERIENCIA Y QUIEREN PROBAR MÁS.
- GASTAN 178% QUE EL VIAJERO DOMÉSTICO.
- EL TURISTA NORMAL QUE QUIERE HACER ALGUNA EXPERIENCIA DE BIENESTAR, SUELE GASTAR UNAS 8 VECES MÁS.
- EL GASTO ES DE UNA MEDIA DE 1500€.
- QUIEREN ESPACIOS EN LA NATURALEZA, GRUPOS PEQUEÑOS, ESPACIOS SINGULARES, SENTIRSE SEGUROS.
- SENTIR QUE HACEN COSAS DIFERENTES.



Vivir Experiencias

Están de moda.
Por qué?
El antimanual.





Físico
Mental



Emocional
Espiritual

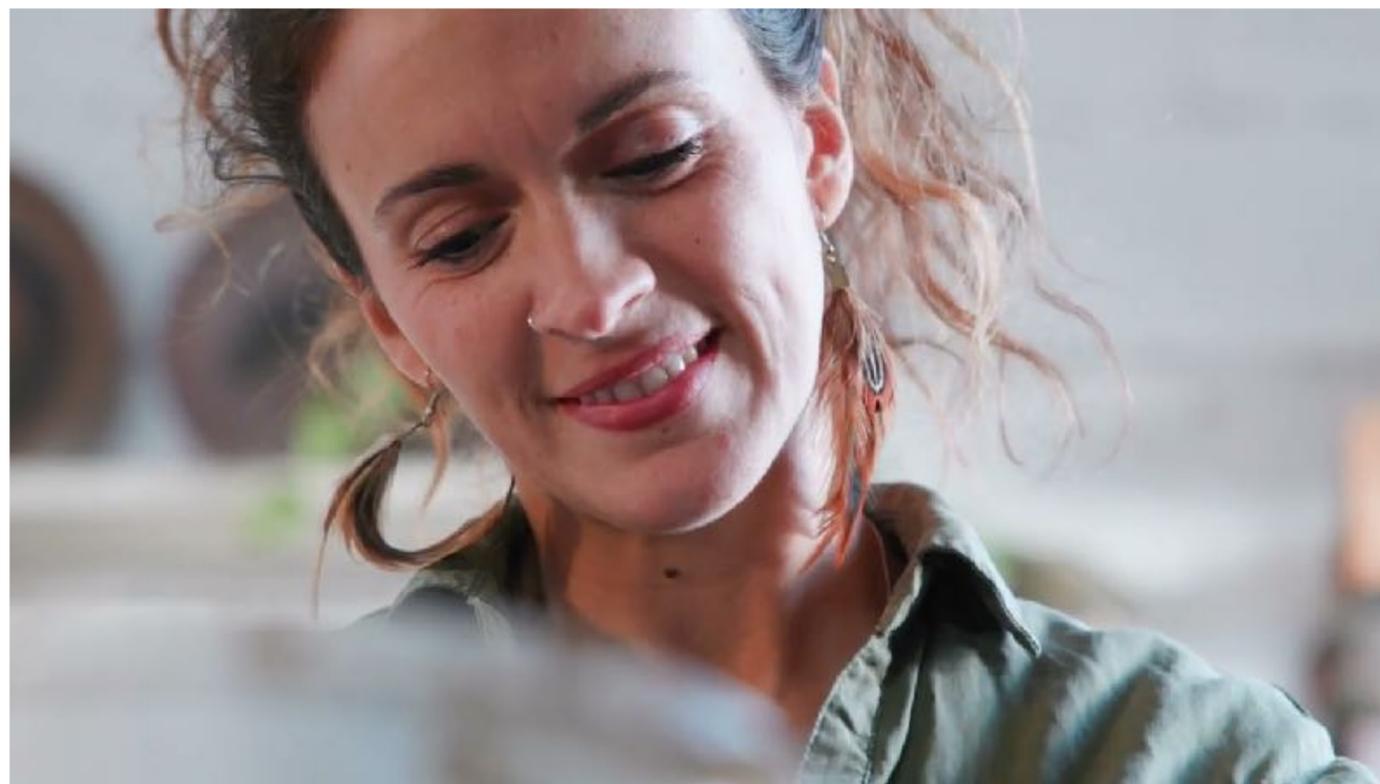


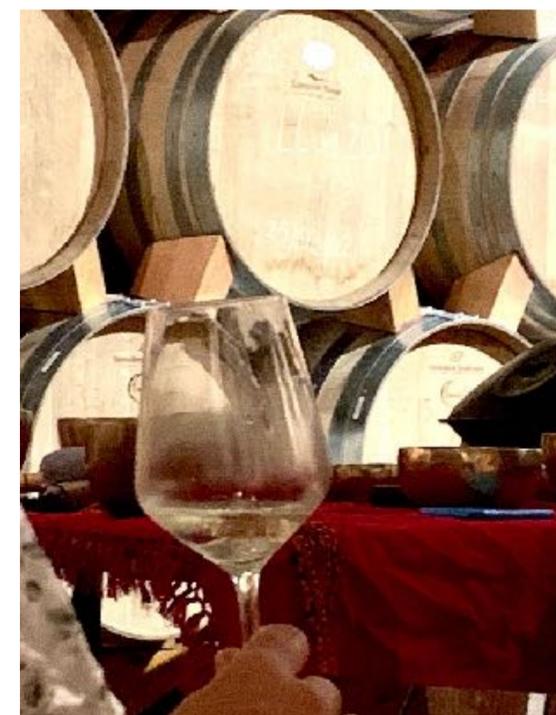
Los recuerdos se crean cuando nos liberamos de nuestros límites. Cuando somos exploradores y viajeros. Cuando buscamos un tesoro.

Cuando hacemos todo lo posible para escribir el guión de una vida extra-ordinaria, singular y auténtica.



Matarranya Despierta el Alma

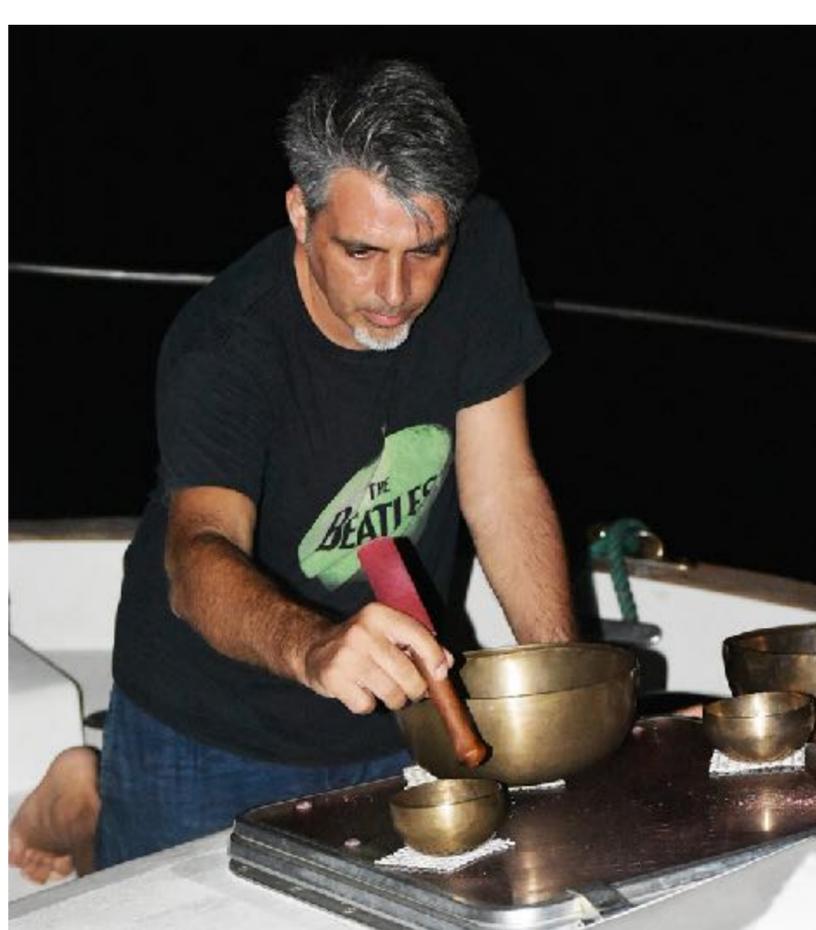




















Gracias!

José Antonio Fraiz y Edgar Tarrés