



## Abama Hotels apuesta por amenities ‘con alma’ formulados a imagen y semejanza del destino

- Veganos y ecológicos, los geles, champús, acondicionadores y cremas diseñados en exclusiva para los clientes de Abama Hotels, marca bajo la que operan Las Terrazas de Abama Suites y Jardines de Abama Suites, son desarrollados por una empresa artesanal con productos naturales propios del Archipiélago

Entrar en el conjunto de instalaciones que componen el destino [Abama Resort Tenerife](#) es una experiencia que se percibe, de forma casi inconsciente, a través de los cinco sentidos.

La exuberancia de su paisaje junto a su arquitectura fluida, en sintonía con el entorno, envuelve a los recién llegados en las notas de la, exquisitamente escogida, banda sonora única y original del resort turístico, que se completa de un modo inigualable a través de los aromas exclusivos que impregnan el aire gracias al conjunto de productos de belleza e higiene creados a medida para los huéspedes de [Abama Hotels](#) por la empresa local [Alma de Canarias](#).

Un día soleado bañado por el toque fresco y relajante del viento que en el sur tinerfeño fluye desde el océano Atlántico. Es la imagen que aparece en la mente de quienes se dejan guiar por los aromas y el tacto de los amenities creados a imagen y semejanza de [Abama Hotels](#) para recibir y sorprender a sus huéspedes.



“El marketing emocional y sensorial es una de las herramientas claves en el desarrollo hotelero”, explica Adrián Almirante, director de Abama Hotels. “En nuestros hoteles apostamos por realizar una experiencia inmersiva, sostenible y saludable, incluyendo las últimas tendencias donde la digitalización, la percepción sensorial, el marketing olfativo, el *wellness*, la detección de emociones, los medios audiovisuales, la decoración o el confort se adaptan a las diferentes motivaciones de los viajeros: trabajo, ocio, cultura, gastronomía...”, subraya.

Es lo que persigue el toque a ‘Sunny Day’ presente en el champú y acondicionador, con notas de aloe vera y aceite de oliva, en el primero, y de jazmín en el segundo, que los clientes de **Las Terrazas de Abama Suites** y **Los Jardines de Abama Suites** pueden disfrutar gratuitamente durante sus estancias.

El ‘Canary Wind’ de flores cítricas y refrescantes se une al aceite de oliva del Body Cream y, de nuevo, al aloe vera ecológico, sello indiscutible de Canarias, haciendo comunión con las hojas de mora en los geles de ducha, mientras el aroma de la manteca de karité aporta las notas del clima subtropical tinerfeño en los protectores solares de factor 30, disponibles en las piscinas del resort para el uso gratuito de todos sus huéspedes o a la venta en su tienda para los que quieran llevárselo en su bolso de playa.

Es así como los amenities creados a medida y en exclusiva para los clientes de **Abama Hotels** no solo logran fijar en la memoria experiencias sensoriales capaces de dejar una huella indeleble para el recuerdo de unos maravillosos días de disfrute en Tenerife, sino que además se acompañan de los valores de cercanía y sostenibilidad que definen la filosofía del resort, ya que se tratan de productos artesanales 100% canarios, desarrollados por la pyme **Alma de Canarias** con materias primas totalmente naturales, de cultivo ecológico, sostenibles y con certificación de origen vegano.

Además, estos exclusivos productos de obsequio para los clientes de **Abama Hotels** se presentan en “envases fabricados con materiales reciclados y con la densidad adecuada para su reutilización, lo que permite que se puedan rellenar y también lavar, dándoles una vida larga que fomenta la sostenibilidad medioambiental”, tal y como explica Adrián Almirante.

### **Sobre Alma de Canarias**

**Alma de Canarias** es una pequeña compañía canaria, reconocida por el Gobierno de Canarias como empresa artesana que, bajo la batuta de sus socios, Luca Fissolo y Alberto Sanino, trabaja desde 2006 en el desarrollo de productos cosméticos, de higiene personal y perfumes a través de fórmulas basadas 100% en productos naturales, veganos y ecológicos, preferentemente de origen local, con conservantes naturales y sin parabenos.

Tras años de desarrollo en las fórmulas y de hacer llegar sus productos desde sus puntos de ventas a propios y visitantes, la llegada de la pandemia de 2020 generó la oportunidad que aportan las crisis de abrir una nueva vía de comercialización de sus

productos con la creación de fórmulas exclusivas para establecimientos de lujo de las islas, en formato amenities.

Es así como surge esta línea de productos inspirados en Abama Resort Tenerife, que, según sus fabricantes, “recuerda y retrotrae a Abama, su paisaje y su entorno, gracias a la inspiración en el océano, el mar, presente en las flores cítricas y refrescantes, al aceite de oliva, al aloe vera, las hojas de mora, el jazmín y la manteca de karité”.

“Hemos hecho la fórmula al estilo de los antiguos alquimistas, probando y haciendo muestras para el cliente, que iba solicitando los cambios hasta hallar la composición perfecta para Abama”, subrayan.

