

Guía desarrollo producto

Red de Villas Termales de España

1. ¿Para qué sirve esta guía?

Esta guía es un recurso de apoyo vinculado al Sistema de Autodiagnóstico de Sostenibilidad de la Red de Villas Termales. Se activa cuando el sistema detecta que el nivel de madurez de un destino en el indicador de diversificación de la oferta turística (P2 del Bloque B3 — Sostenibilidad Económica) es mejorable.

El objetivo es ayudar a los destinos a diversificar y desarrollar su oferta turística más allá del recurso termal, construyendo productos y experiencias que enriquezcan la visita, amplíen los perfiles de visitante y fortalezcan la sostenibilidad económica del destino a largo plazo.

La guía está organizada en tres bloques:

- Qué entendemos por producto turístico y por qué desarrollarlo
- Cómo desarrollar producto en función del nivel de madurez del destino
- Herramientas y recursos prácticos para aplicarlo

2. Qué entendemos por producto turístico y por qué desarrollarlo

¿Qué es el producto turístico?

Un producto turístico es el conjunto de elementos tangibles e intangibles que conforman la experiencia del visitante en un destino. Incluye los recursos naturales, culturales y termales del territorio, la oferta de servicios (alojamiento, restauración, actividades), y la forma en que todo ello se organiza, comunica y comercializa de cara al visitante.

En el contexto de las Villas Termales, el producto turístico parte del recurso termal como elemento diferencial y eje vertebrador, pero puede, y debe, complementarse con otros recursos del territorio para ofrecer experiencias más completas y atractivas.

¿Por qué diversificar la oferta?

Un destino que depende exclusivamente del recurso termal como motivación de visita es más vulnerable a cambios en la demanda y tiene menos capacidad de atraer nuevos perfiles de visitante. La diversificación no significa abandonar el termalismo, significa construir sobre él.

2.1. Tipologías de producto turístico para las Villas Termales

Las Villas Termales pueden desarrollar producto en torno a las siguientes tipologías, en función de los recursos disponibles en su territorio:

Tipología	Qué incluye
Salud y bienestar	Balnearios, aguas termales, spas, tratamientos, circuitos de bienestar. Es el núcleo del producto termal.
Naturaleza	Rutas de senderismo, espacios naturales, parques, biodiversidad, actividades al aire libre.
Histórico-cultural	Patrimonio histórico, monumentos, museos, fiestas tradicionales, folclore.
Gastronómico	Cocina local, productos típicos, restaurantes con identidad territorial, mercados, eventos gastronómicos.
Religioso	Santuarios, peregrinaciones, tradiciones religiosas, celebraciones de interés turístico.
Turismo activo	Ciclismo, senderismo, actividades deportivas al aire libre, rutas de montaña.
Astroturismo	Observación astronómica, calidad del cielo nocturno, miradores, actividades nocturnas.
Enoturismo	Bodegas, viñedos, catas, experiencias vinculadas al vino y la gastronomía local.

3. Cómo desarrollar producto en función del nivel de madurez del destino

3.1. Los 4 niveles y qué hacer en cada uno

El sistema de autodiagnóstico clasifica el nivel de madurez de tu destino en la diversificación de la oferta turística en cuatro niveles. Identifica en cuál te encuentras y sigue las recomendaciones correspondientes.

Nivel	Situación actual	Acción recomendada
1 Básico	La oferta turística se limita prácticamente al recurso termal como único elemento de visita.	→ Identificar los recursos del municipio que pueden complementar la oferta termal (naturaleza, patrimonio, gastronomía) y priorizar 1-2 líneas de desarrollo turístico.
2 Desarrollo	Existen algunas actividades complementarias (rutas, patrimonio, etc.) de forma puntual, siendo el termalismo el principal recurso o motivación de visita.	→ Diseñar y poner en marcha 1-2 actividades o experiencias turísticas sencillas vinculadas a esos recursos (rutas, visitas guiadas, actividades locales).
3 Estándar	Existen varios productos turísticos definidos (naturaleza, cultural, gastronómico, etc.), con mayor tracción que el termalismo como recurso turístico.	→ Organizar y estructurar varios productos turísticos del destino definiendo su contenido, duración y público objetivo de forma integrada.
4 Óptimo	El destino combina distintos productos de forma integrada, ofreciendo experiencias completas al visitante.	<i>Nivel óptimo — sin acción requerida</i>

3.2. Guía paso a paso por nivel

Si estás en el nivel 1 — Básico

Tu prioridad es identificar qué recursos tiene tu territorio más allá del recurso termal. Para ello:

- Haz un inventario sencillo de los recursos naturales, culturales y gastronómicos del municipio. Puedes usar como base la Plantilla Diagnóstico del destino del Bloque de Gestión Sostenible.
- Valora cuáles tienen más potencial turístico: accesibilidad, estado de conservación, capacidad de atracción, singularidad.
- Elige 1 o 2 recursos prioritarios y define qué tipo de visitante podría estar interesado en ellos.
- Consulta con agentes locales (hostelería, asociaciones, guías) para identificar qué existe ya y qué se podría activar fácilmente.

Ejemplo práctico — Nivel 1

Un municipio con un balneario activo y un río cercano con vegetación de ribera puede desarrollar una ruta de senderismo circular que combine el entorno natural con una parada en el balneario. El esfuerzo inicial es mínimo si el camino ya existe, solo hace falta señalizarlo y comunicarlo.

Si estás en el nivel 2 — Desarrollo

Ya tienes algunos recursos identificados. Ahora el paso es convertirlos en experiencias turísticas con una mínima estructura. Para ello:

- Define la experiencia: qué hace el visitante, cuánto dura, qué incluye, qué necesita.
- Establece un precio orientativo o define si será gratuito.
- Identifica quién puede facilitar o guiar la experiencia (guía local, empresa de actividades, el propio ayuntamiento).
- Comunícalo de forma sencilla: una descripción en la web del ayuntamiento, en redes sociales o en la oficina de turismo es suficiente para empezar.
- Recoge feedback de los primeros visitantes para mejorar.

Ejemplo práctico — Nivel 2

Un municipio que ya organiza visitas guiadas al casco histórico de forma puntual puede estructurarlas con un horario fijo, un guía local y una ficha descriptiva para la web. En paralelo puede diseñar un pack termal + visita guiada con el balneario como oferta combinada.

Si estás en el nivel 3 — Estándar

Tienes varios productos turísticos funcionando. Ahora el objetivo es integrarlos en una oferta coherente y diferenciada. Para ello:

- Define el posicionamiento del destino: ¿qué combinación de recursos te hace único? ¿Cuál es el hilo conductor de la experiencia en tu Villa?
- Organiza los productos existentes en paquetes o itinerarios que combinen al menos dos tipologías (termalismo + naturaleza, termalismo + gastronomía, etc.).
- Define públicos objetivo específicos para cada producto o paquete: familias, parejas, turismo senior, turismo activo, etc.
- Establece un sistema de seguimiento básico: cuántas personas participan, cuál es la valoración, qué produce más interés.
- Explora colaboraciones con operadores turísticos o plataformas de reservas para ampliar la distribución.

Ejemplo práctico — Nivel 3

Un municipio con balneario, rutas de senderismo y gastronomía local reconocida puede diseñar un itinerario de fin de semana que combine noche en alojamiento rural, cena con productos locales, ruta de senderismo matinal y sesión en el balneario por la tarde. Este paquete puede comercializarse directamente o a través de agencias especializadas en turismo rural y de salud.

4. Herramientas y recursos prácticos para aplicarlo

4.1. Ficha para definir un producto turístico

Utiliza esta ficha para estructurar cada producto o experiencia turística que quieras desarrollar en tu destino. Rellena una ficha por producto.

Nombre del producto	
Tipología	Naturaleza / Cultural / Gastronómico / Salud y bienestar / Activo / Otro
Descripción breve	¿Qué hace el visitante? ¿Qué experimenta?
Duración estimada	Horas / Días
Precio orientativo	Gratuito / De pago (€)
Público objetivo	Familias / Parejas / Senior / Grupos / Individual / Otro
Recursos involucrados	Listado de recursos naturales, culturales, servicios...
Quién lo facilita	Ayuntamiento / Empresa privada / Guía local / Balneario / Otro
Canales de comunicación	Web / RRSS / Oficina de turismo / Operadores / Otro
Indicadores de seguimiento	Nº visitantes / Valoración media / Ingresos generados
Estado de desarrollo	Idea / En diseño / Operativo / En revisión

4.2. Del producto a la experiencia turística

Desarrollar producto turístico es el primer paso. El siguiente nivel es convertir ese producto en una experiencia: algo que el visitante recuerde, que le emocione y que le haga querer volver o recomendarlo.

Según el Manual de Creación de Productos Turísticos y Diseño de Experiencias elaborado en el marco del Plan de Turismo Termal, una experiencia turística de calidad se caracteriza por:

- Articular bienes y servicios habituales (traslados, comidas, alojamiento) con elementos específicamente elegidos para la ocasión.
- Integrar múltiples sentidos (olfato, tacto, oído) para sumergir al visitante en el conjunto de estímulos del entorno termal.
- Apelar a diversas dimensiones humanas: física, emocional, social, intelectual.
- Incorporar una narrativa que dé coherencia y significado a todos los elementos de la experiencia.
- Provocar interacciones con el entorno que vayan más allá de la sola contemplación.
- Generar memorabilidad — que el visitante lleve consigo un recuerdo duradero de lo vivido.

La diferencia entre un servicio y una experiencia

Un servicio es algo que se presta. Una experiencia es algo que se vive. En el contexto termal, no es lo mismo ofrecer una sesión de hidroterapia que diseñar un ritual completo que combine las propiedades del agua, el entorno natural, la gastronomía local y una narrativa sobre la historia termal del municipio.

4.3. Ficha para el diseño de una experiencia termal

Utiliza esta ficha, adaptada del Manual de Creación de Productos Turísticos del Plan de Turismo Termal, para estructurar cualquier experiencia turística que quieras poner en el mercado.

Elemento	Qué incluir
Título de la experiencia	Atractivo, conciso y persuasivo. Que resuene con los deseos y aspiraciones de la audiencia.
Descripción	Redactar el itinerario que vivirá el visitante y explicar en qué consiste. Recomendaciones: • Presentar la experiencia desde la perspectiva del cliente. • Explicar el valor de lo que se ofrece: qué sentirá, descubrirá, aprenderá, admirará y disfrutará. • Resaltar los aspectos únicos o exclusivos de la experiencia. • Evitar explicaciones enrevesadas y léxico demasiado formal. • No es necesario describir todos y cada uno de los recursos incluidos en el itinerario.
Público objetivo	Clasificarlo según tipos de grupos de compra (individuales, parejas, grupos, etc.), por edades (niños, adultos mayores, etc.), y por motivaciones (familiar, cultural, ecológica, relajación, etc.). Es fundamental considerar el perfil de los turistas que visitan el destino y las incompatibilidades que pueden haber entre mercados.
Buyer persona	Se trata de un perfil detallado y semi-ficticio de un cliente ideal, basado en datos reales y comportamientos observados, que profundiza en sus motivaciones, desafíos y procesos de decisión.
Número de participantes	Establece el número mínimo y máximo de personas que pueden participar en la experiencia, en función de tus instalaciones y medios.
Fechas y horario	Concreta las fechas (de lunes a viernes, sólo fin de semana, solo en Semana Santa, etc.).
Duración	Horas/minutos o por días/noches en el caso de que incluya pernoctación
Precio	Detallar el precio por persona (IVA incluido) y condiciones de aplicación. Se puede segmentar por edad, por tamaño del grupo, por temporada, etc.
Incluye	Describe TODOS los servicios, consumos, visitas y equipamientos que se proporcionan para el desarrollo de la experiencia.
No incluye	Describe TODOS los servicios que NO se incluyen en el precio.
Recomendaciones	Consejos para que el visitante disfrute de una buena experiencia (restricciones, alergias, vestimenta, condición física, condiciones meteorológicas, etc.)

Elemento	Qué incluir
Condiciones de reserva/cancelación	Parte esencial de la experiencia turística. Es imprescindible fijar las condiciones de reserva/cancelación para evitar problemas con clientes e intermediación. Tampoco deben ser cláusulas abusivas que creen rechazo, pero sí las suficientes para no entrar en pérdidas. Reserva: antelación necesaria, precio por anticipado, forma de pago aceptada, etc. Cancelación: antelación para devolución del pago, condiciones meteorológicas, causas especiales, sistema de devoluciones.
Intermediación	Especificar si se acepta trabajar con intermediarios y la comisión que se les ofrece. En el caso de trabajar con intermediación online, probablemente sean ellos quienes fijen su comisión. Es recomendable trabajar con intermediarios de nicho, siempre que se pueda. ESTA INFORMACIÓN NO DEBE SER PÚBLICA PARA LOS VISITANTES.
Argumentos de venta	En este apartado se debe dotar al intermediario de recursos para poder llevar a cabo la venta, o por otro lado ayudar al propio proveedor a poner en el mercado la experiencia. No se trata de escribir una novela, lo mejor son las enumeraciones. En el caso del turismo termal, trataremos de desarrollar los siguientes argumentos: • Propiedades y efectos de las aguas de la Villa • Servicios únicos disfrutables en la Villa por la tipología de sus aguas • Servicios complementarios agregables • Entornos naturales cercanos (sobre todo si están relacionados con las aguas) • Argumentos extra (certificados o distintivos de calidad/sostenibilidad, temática por temporada, etc.)

4.4. Claves para el éxito

Utiliza esta ficha, adaptada del Manual de Creación de Productos Turísticos del Plan de Turismo Termal, para estructurar cualquier experiencia turística que quieras poner en el mercado.

- **Partir del territorio real.** No todos los productos funcionan en todos los destinos. El punto de partida siempre debe ser qué tiene el municipio, no qué está de moda.
- **Empezar pequeño y escalar.** Es mejor lanzar una experiencia sencilla y bien ejecutada que un producto complejo que no se puede sostener. Empieza con lo que tienes y mejora progresivamente.
- **Involucrar a los agentes locales.** El producto turístico no lo crea el ayuntamiento solo. Hostelería, guías, comercios y asociaciones locales son parte fundamental de la experiencia y deben estar implicados desde el principio.
- **Mantener el termalismo en el centro.** La diversificación no significa desplazar el recurso termal, significa complementarlo. El agua termal es el elemento diferencial de las Villas Termales y debe estar presente en la narrativa del destino.
- **Medir y ajustar.** Define desde el principio cómo vas a saber si el producto funciona. Aunque sea de forma sencilla: cuántas personas lo hacen, qué opinan, si repiten.

4.5. Curso recomendado: Creación de productos turísticos y diseño de experiencias termales

Esta guía es un recurso de apoyo práctico. Para profundizar en los conceptos metodológicos del diseño de experiencias termales, recomendamos completar el módulo formativo desarrollado en el marco del Plan de Turismo Termal de la FEMP.

Módulo: Creación de productos turísticos y diseño de experiencias termales

Plataforma: Formación Villas Termales (Moodle)

Enlace de acceso: <https://formacion.villastermales.es/login/index.php>

El módulo cubre los siguientes contenidos:

- Conceptualización del producto turístico: características, tipologías y diferencias con la experiencia.
- Concepto y diseño de experiencias turísticas: componentes clave, economía de la experiencia y aspectos específicos del termalismo.
- Comercialización y distribución: fichas tipo, buyer persona, customer journey y canales de venta.
- Casos de éxito y oferta complementaria al termalismo.

¿Cómo acceder?

El acceso a la plataforma de formación requiere usuario y contraseña. Para solicitar tus credenciales, contacta con la FEMP a través de los canales habituales de la Red de Villas Termales. Una vez registrado, podrás acceder a este y otros módulos formativos del Plan de Turismo Termal.

Guía desarrollo producto

Red de Villas Termales de España

