

“Metodología para el diseño de Experiencias»

Gonzalo De Terán P.

Docente Turismo Inacap Apoquindo
Coordinador Fundación Sendero de Chile RM

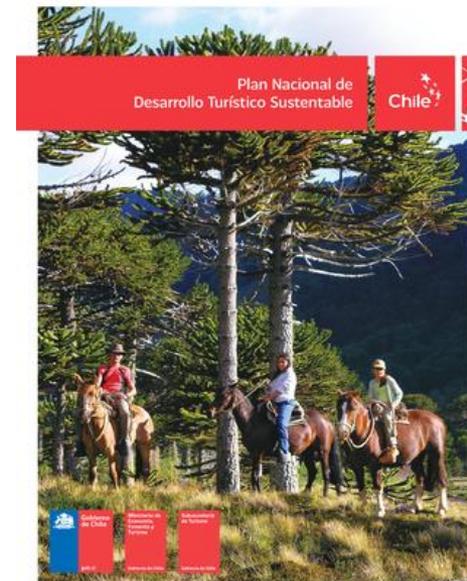
gonzalo.deteran@inacapmail.cl



Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2015 -2018

Componentes:

- **1.- Diversificación de experiencias**
- 2.- Desarrollo de destinos.
- 3.- Fortalecimiento de la calidad y el capital humano.
- 4.- Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo.
- 5.- Promoción nacional e internacional.



Desarrollar una oferta de experiencias innovadoras con un contenido diferenciador, auténtico, que ponga en valor el patrimonio en conexión con la comunidad local.

- **Temáticas de alto potencial:** turismo de naturaleza en áreas protegidas, turismo indígena, turismo astronómico y científico, turismo en patrimonio ferroviario, **enoturismo**, turismo náutico, turismo de negocios y turismo deportivo.



Enoturismo



LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA



Del commodity a la Experiencia

Valor para el cliente



Commodity



Producto



Servicio



Experiencia



Precio

Distinciones económicas

Oferta económica	Commodities	Productos	Servicios	Experiencias
Economía	Agraria	Industrial	Servicio	Experiencia
Función económica	Extraer	Hacer	Entregar	Organizar
Naturaleza oferta	Fungible	Tangible	Intangible	Memorable
Atributo clave	Natural	Estandarizado	<i>Customizado</i>	Personal
Suministro	Agranel	Postproducción	Mientras se produce	Mientras dura
Vendedor	Comerciante	Manufacturero	Proveedor	Creador
Comprador	Mercado	Usuario	Cliente	Invitado
Factores demanda	Características	Atributos	Beneficios	Sensaciones

Fuente:

Mollenhauer, K; Hormazábal, J (2018): "Introducción al Diseño de Experiencia"

«Welcome to the experience economy" - b. joseph pine & james h. gilmore, 1996

LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA REPRESENTA
UNA OPORTUNIDAD DE AGREGAR VALOR Y
DIFERENCIACIÓN A LA OFERTA.



Una **experiencia** es una combinación de bienes y servicios especialmente diseñados para provocar ciertos efectos en quienes la viven.



Dinner in the Sky

Bélgica

LAS EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LLEGARON PARA QUEDARSE

Aunque el turismo es considerado una industria de servicios, siempre ha producido experiencias, pues su oferta se basa en lo que viven las personas al visitar un destino.



Actualmente, sin embargo, la competencia entre destinos es mayor, y los usuarios exigen vivencias novedosas, sorprendentes y emocionantes...



“Es posible que la tendencia más recurrente y significativa en el mundo actual sea la demanda de ‘viajes experienciales’, específicamente orientados a transmitir la idea de un turismo más inmersivo, local, auténtico, aventurero y/o activo”



Peak Adventure Travel Group
y Skift Team (2014, p. 7).

DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

En Chile...



1era edición: año 2016



Sistema Inicial de Gestión Organizacional

para la capacitación y entrenamiento de rápida implementación, dirigido al segmento MIPYME, cuyo objetivo principal es desarrollar y fortalecer competencias para el diseño de experiencias turísticas.

Desarrollado en el año 2017. Primer piloto: Colchagua.

DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS



¿Qué hemos hecho?

En Inacap se ha intencionado el diseño de experiencias en planes de estudio de turismo desde hace 6 años.

Hoy se refuerza como una competencia de egreso desde el plan que entró en vigencia en marzo del 2019.

Técnico: Nivel del Diseño de experiencias.

Profesional: Nivel de la Gestión de experiencias.

¿Cómo lo Hacemos?

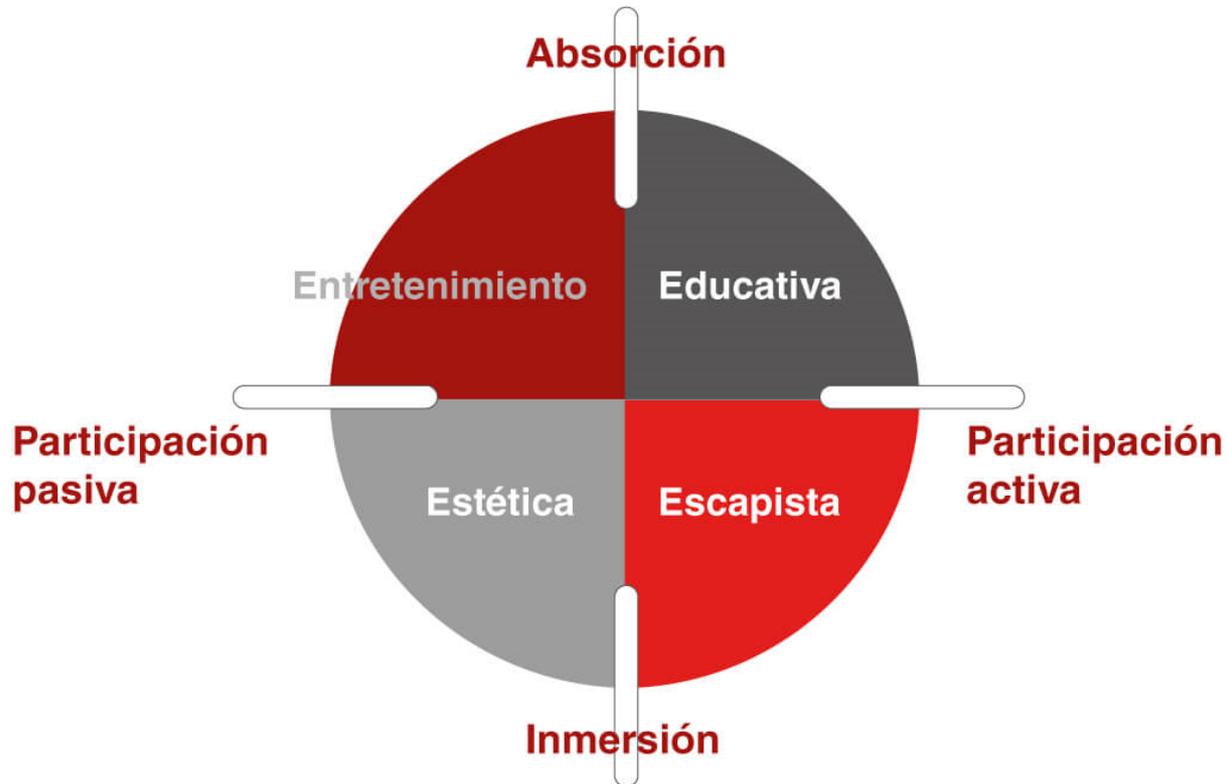


Fases del Diseño de Experiencias.

1. Identidad.
2. Arquetipos.
3. Diseño Productos/Servicios.
4. Testeo/Prototipado.



Los 4 dominios de una experiencia



- **Entretenimiento: «Sentir»**
- **Educativa: «Aprender»**
- **Estética: «Estar»**
- **Escapista: «Hacer»**

1. Identidad/Atributos del Territorio.

- ¡Miramos pero no vemos!

¿Qué caracteriza a tu entorno?

¿Qué eventos únicos se realizan allí?

¿En qué consisten las particularidades naturales, culturales y geográficas de tu zona?



- Claves de lectura del territorio:

Patrimonio natural, patrimonio cultural tangible e intangible, alojamiento, gastronomía, artesanía, «*la especialidad de la casa*».

2. Arquetipos

- ¿A quien le vendemos o a quien deberíamos venderle?
- ¿Cómo son tus huéspedes?
- ¿Qué les interesa hacer, qué actividades prefieren?
- Comportamiento del consumidor.
- Información, para las decisiones.
- Retroalimentación de los visitantes.



- Emociones, sensaciones, sentimientos.
- Efecto memorable.

3 y 4. Diseño y Prototipado de Productos/Servicios

- Guion de la Experiencia
- Mapa del viaje
- Puntos de contacto
- Momentos WOW
- Logística
- Propuesta de Valor
- Pre y post viaje

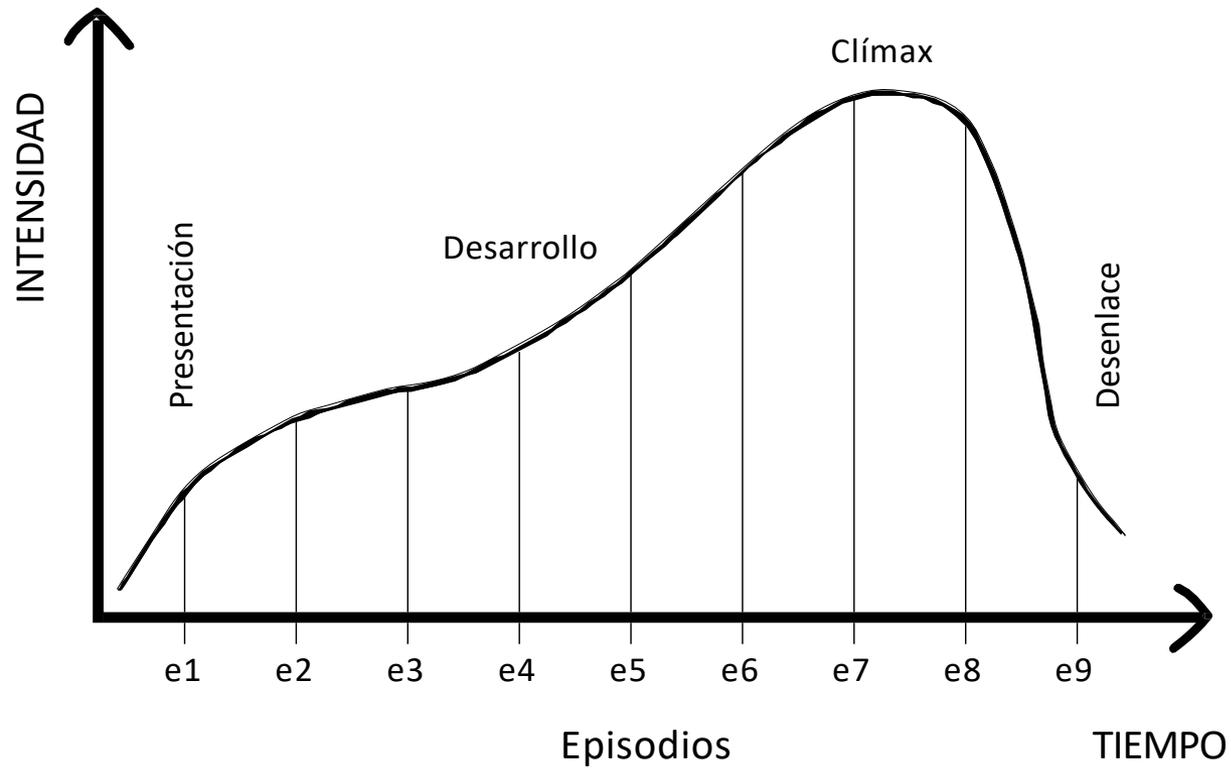


Elementos de una experiencia turística:

- **GUIÓN:** define la distribución de las acciones y/o hechos que tendrán lugar dentro de una experiencia.
Se estructura en unidades más pequeñas, denominadas **episodios**.
- **NARRATIVA:** Idea central que le da significado al conjunto (hilo conductor).
- **CURVA DRAMÁTICA:** progresión del interés y del compromiso emotivo del turista durante el transcurso de la experiencia



Curva dramática



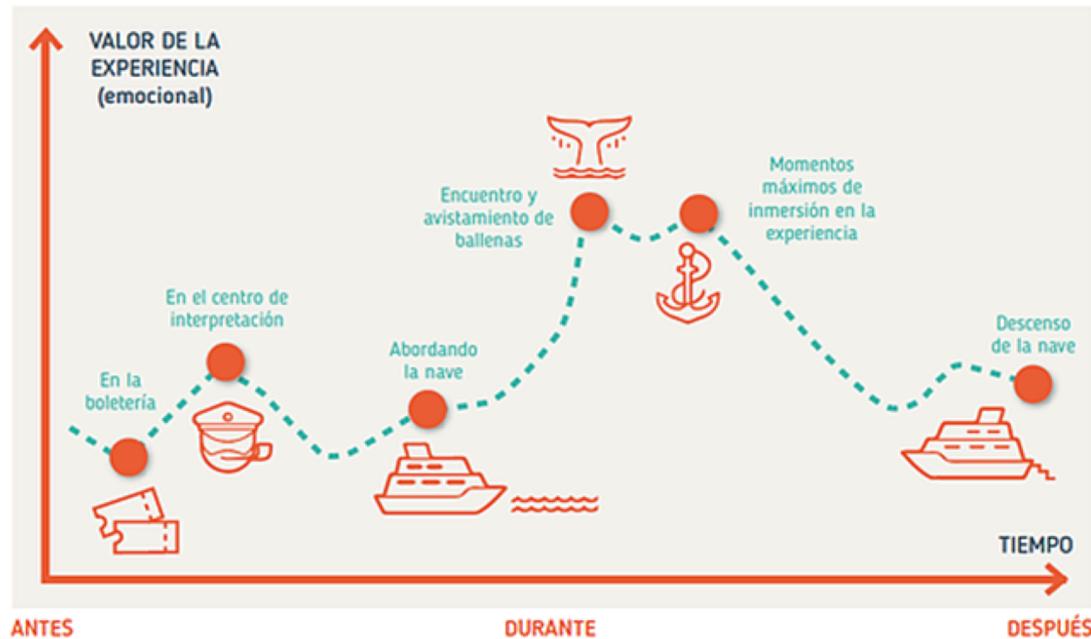
- **DEFINE ACCIONES Y ROLES PARA CADA EPISODIO**

¿Qué tan pauteado será tu guion?

¿Qué harás para sorprender a tus visitantes?

¿Qué acciones desarrollarás en cada episodio?

¿Qué textos se dirán?



- **EVALÚA Y CORRIGE**

¿Cuál es mi estándar de calidad?

¿Cuáles son mis metas?

¿Qué puedo hacer para mejorar constantemente?

¿Estoy siendo suficientemente autocrítico?



Recuerda:



**Busca diseñar experiencias
entretenidas, educativas
estéticas y escapistas!**



*Las experiencias más ricas
abarcán aspectos de los 4
dominios.*

...Crear una experiencia es contar una buena historia...



¡Gracias!