

# NUEVO PARADIGMA HACIA EL TURISMO DE EXPERIENCIAS: EL CICLO DE LA EXPERIENCIA



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**Maurizio Goetz**

Estratega de diseño de experiencias  
turísticas

Código n. M1 Unidad2  
SU2.2



# Finalidad y objetivos

En esta presentación presentaremos la Metodología de Diseño de Experiencias Turísticas®.

El Diseño de la Experiencia Turística es una metodología para la innovación del concepto de la experiencia turística a través de la combinación del análisis estructurado y los métodos y herramientas de diseño para la innovación creativa con el objetivo de diferenciar la oferta turística para los diferentes tipos de turistas



## Qué aprenderá (resultados del aprendizaje)

Al final de esta presentación, usted será capaz de:

- Comprender el concepto de experiencia turística
- Comprender la metodología de The Tourist Experience Design®.
- Comprender la importancia de la segmentación de la cola larga
- Aprenda a crear un concepto experiencial

## Antecedentes



### **El mercado de masas del turismo está mostrando sus límites**

Los turistas quieren unas **vacaciones a medida** basadas en sus necesidades específicas, sus pasiones y sus sueños

## Nuevas necesidades

Los turistas no buscan "cómo llegar", "dónde dormir" o "dónde comer"

**Pero**

**QUÉ HACER**

o incluso mejor

**EXPERIENCIAS**



# Internet

- En la era de Internet, los viajeros tienen un **número sin precedentes de opciones** para elegir.
- La información disponible en la web **supera con creces su capacidad de concentración, lo que** les hace ser más selectivos y específicos, y no hacer propuestas generales.



# La experiencia es una percepción



La experiencia es una construcción compleja,  
que corre el riesgo de ser trivializada

Es inútil definir una experiencia general "única", pero  
es más importante proyectar una experiencia turística  
para los diferentes viajeros a los que se dirige

# Viajar es una experiencia

A woman in a white dress stands in a dark cave, holding a glowing lantern. She is looking towards a large, glowing, circular orb in the distance. The scene is dimly lit, with the lantern and the orb providing the primary light sources. The cave walls are rough and textured.

El reto de "crear" experiencias radica en ir  
más allá de lo conocido

La definición estricta de Experiencia Turística limitaría las posibilidades creativas y expresivas ligadas a la innovación de la oferta turística actual y tendería a hacer converger el diseño y la implementación hacia soluciones axiomáticas de dichas experiencias, con el resultado de una experiencia estandarizada.



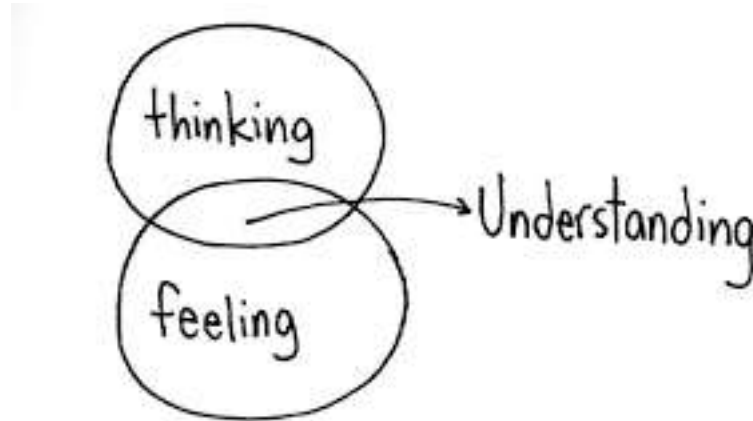
# Nuevas oportunidades de mercado



Existe una gran oportunidad para estudiar y diseñar experiencias turísticas específicas, para viajeros concretos, que aporten innovación, diferenciación y ventaja competitiva a nuestra oferta turística.

## Entender al nuevo turista

Las definiciones de turista "convencional" no son satisfactorias



Debemos preguntarnos más a fondo "¿quiénes son nuestros turistas?" y "¿qué motivos tienen para desplazarse?".

Tenemos que concentrarnos en el "viaje deseado" (turismo motivacional)

## Diseño de experiencias turísticas®. el libro

El Diseño de la Experiencia Turística es la metodología para la innovación en el concepto de la experiencia turística a través de la combinación del análisis estructurado y los métodos y herramientas de diseño para la innovación creativa con el objetivo de diferenciar la oferta turística para los diferentes tipos de turistas



# La metodología de Diseño de experiencias turísticas ®.

- 1 Análisis competitivo de los elementos únicos y distintivos de la propuesta de valor
- 2 Segmentación de la cola larga
- 3 Definición de la estrategia experiencial para los segmentos y los elementos WOW
- 4 Definición de ciclo de experiencia ampliado y puntos de experiencia
- 5 Diseño detallado de los puntos de experiencia

# 1. Análisis competitivo de los elementos únicos y distintivos de la propuesta de valor

- identificación de las **características del Destino** y del contexto ambiental en el que se insertan
- **elementos** más importantes **de la oferta** (por ejemplo, atracción, infraestructuras, servicios, etc.)
- **elementos** altamente **distintivos** o **únicos** que caracterizan a un Destino
- La **motivación de** los turistas para visitar estos elementos
- elementos que caracterizan la **identidad de la zona** y la de sus habitantes (cultura, tradiciones, historia)
- **grado de reconocimiento**
- la **cultura de la recepción** y la difusión de esa cultura a nivel local
- **satisfacción del turista**
- puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y amenazas
- **asociaciones** y **atributos** del destino desde el punto de vista de los grupos de interés y los mercados

# 1. Análisis competitivo de los elementos únicos y distintivos de la propuesta de valor

La primera fase de la metodología consiste en:

- el **análisis de las ofertas turísticas** y la "**vocación**"
- el **punto de referencia de los competidores**,

con el fin de destacar y completar los **elementos singulares y distintivos** para proporcionar posibles interpretaciones de las distintas ofertas turísticas, sugiriendo temas y modos de contextualización.

En el caso de las ofertas complejas, como las de los destinos, el análisis competitivo se desarrolla a partir de diferentes elementos de la oferta identificados

Irlanda:

representación  
visual de  
elementos icónicos



## 2. Segmentación de la cola larga

La **correcta segmentación** es crucial para dirigirse con éxito al mercado y diversificar la oferta turística y la comunicación web de forma selectiva.

Hemos pasado del turismo de masas, indiferenciado y general, al "**turismo personal**", fuertemente orientado a las necesidades y deseos específicos de segmentos concretos de turistas

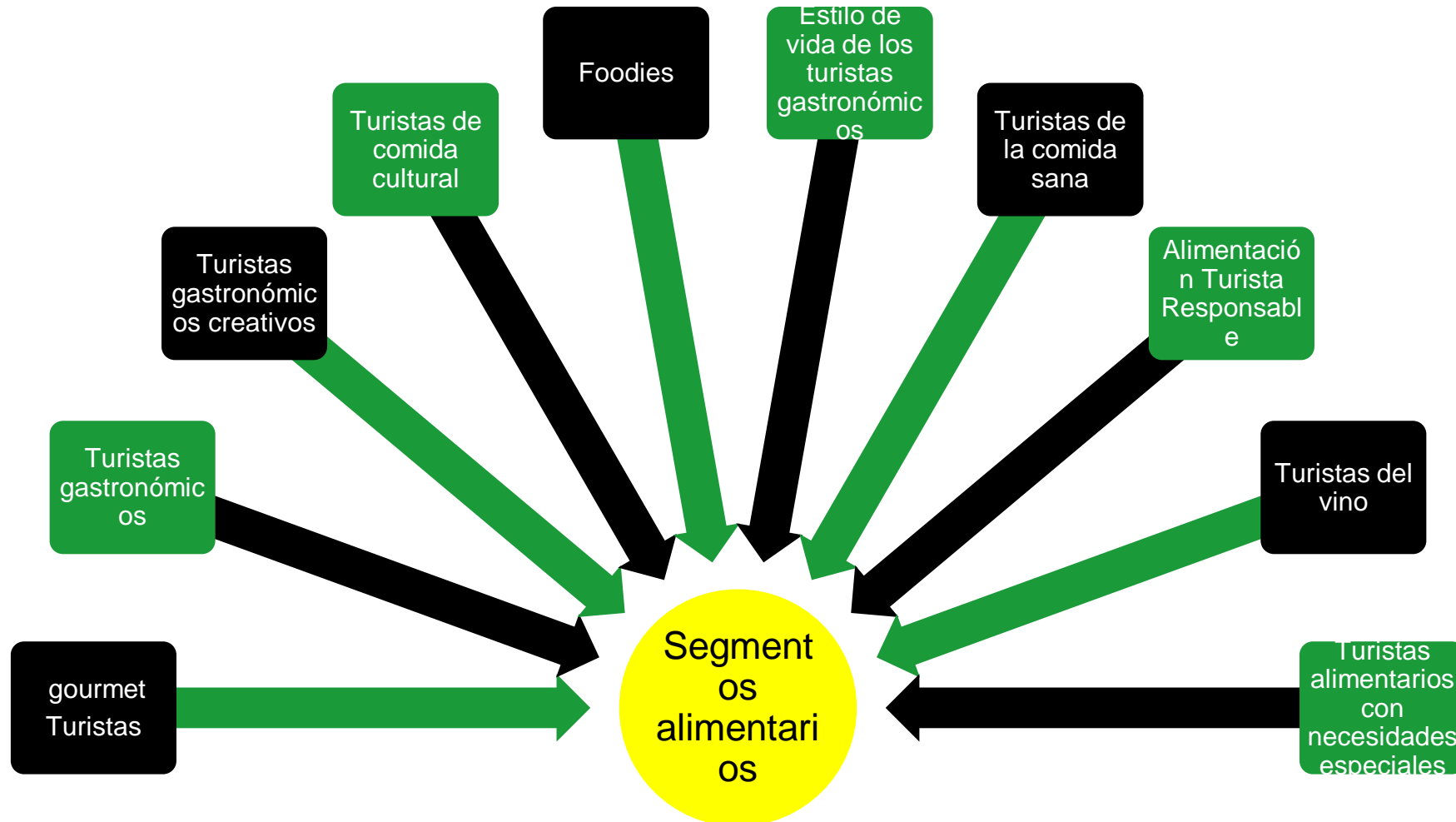


## Hacia el "turismo personal"

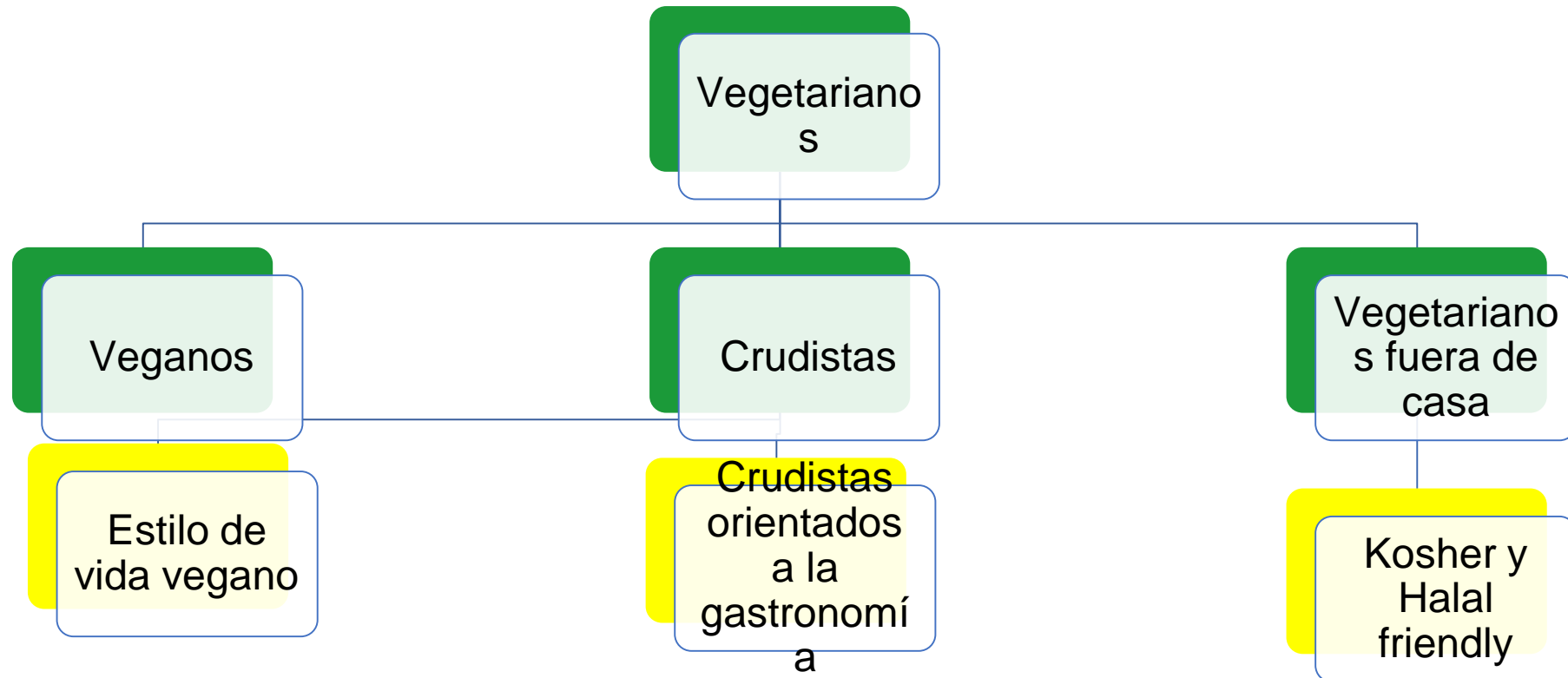
- Es necesario revisar la segmentación actual del mercado con una reevaluación crítica y realizar las acciones necesarias:
  - ampliar el segmento (**ampliación del segmento**), es decir, identificar nuevos segmentos potenciales a los que dirigir la oferta,
  - y enriquecer los segmentos (**enriquecimiento de segmentos**), para identificar con más detalle las características de los segmentos, con el fin de adaptar la oferta turística y su comunicación web.



# Ampliación de segmentos: ej. - nuevos segmentos alimentarios



# Enriquecimiento del segmento ex: Vegetarianos, nuevos subsegmentos



### 3. Definición de la estrategia experiencial para segmentos y elementos WOW

- Para los segmentos identificados durante la reevaluación de la segmentación, gracias a la nueva información obtenida, definimos las **estrategias básicas para las experiencias memorables (el concepto experiencial)** y definimos los "**elementos WOW**", los elementos específicos de diferenciación de la oferta que generan sorpresa, satisfacción y entusiasmo para los turistas (lo que les hace decir "WOW")

# El concepto de experiencia

El concepto experiencial establece:

- lo que define la experiencia distintiva de nuestra oferta para los segmentos y subsegmentos que hemos definido, en comparación con nuestros competidores
- las formas en que se logra esta experiencia

# El concepto de experiencia

A través de los conceptos experienciales, la organización turística define cada segmento experiencial:

- **Sistemas de oferta**
- **Entornos**
- **Procesos de interacción**
- **Comportamientos**
- **Resultados**

# Escapada romántica para una joven pareja de ciclistas veganos



El concepto experiencial representa la "experiencia de viaje ideal" para un segmento específico de turistas

## 4. Definición del ciclo de experiencia extendido y Puntos de experiencia

La experiencia turística es un proceso que se desarrolla mucho antes del disfrute real de la oferta turística in situ y continúa después, de hecho, el **Ciclo de Experiencia Extendida** comienza cuando el viajero tiene el deseo de viajar y comienza a informarse y continúa hasta después del final del viaje a través de los recuerdos y el intercambio de impresiones a través de sus redes sociales.

Desde este punto de vista, **el ciclo de la experiencia extendida** se caracteriza por tres fases:

- **Pre-experiencia**
- **En la experiencia**
- **Experiencia posterior**





## 4. Definición del ciclo de experiencia extendido y Puntos de experiencia

Por lo tanto, es importante analizar las tres etapas del **ciclo de la experiencia ampliada**, con el fin de apoyar continuamente una experiencia memorable para los turistas.

La cuarta fase de la metodología contempla, por tanto, el análisis y mapeo del **Ciclo de la Experiencia Extendida**, yendo en particular a la identificación de los "**puntos experienciales**", es decir, los elementos con los que el turista entra en contacto para disfrutar de la experiencia, tanto durante el viaje y en el lugar, como en la web

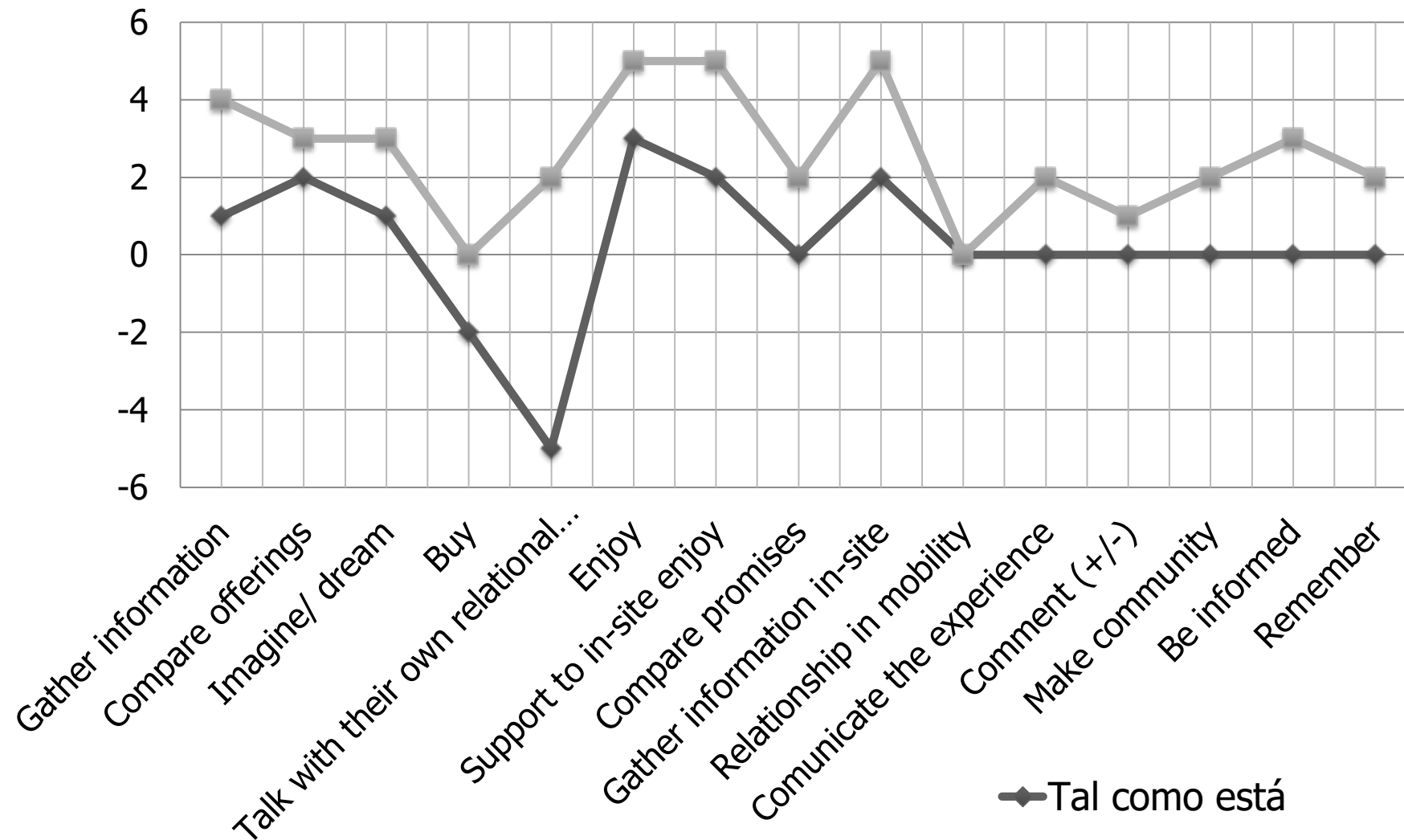
# El ciclo experiencial ampliado



## 5. Diseño detallado de los puntos de experiencia

- La última fase de la metodología consiste en el diseño detallado de los "**puntos experienciales**" del **Ciclo Experiencial Extendido**, para los segmentos seleccionados, aplicando, en detalle, las estrategias definidas, los **conceptos experienciales** y los **elementos WOW** a cada "punto experiencial" (relevante)

# Análisis de puntos de experiencia



# Construir una experiencia turística

Una experiencia turística es un proceso que puede diseñarse en torno al turista, con el fin de crear un "concepto experiencial" que se considere relevante y memorable para cada segmento de turistas.



# SECCIÓN 3

Preguntas abiertas  
y consejos





## Ejercicios

A continuación, dos ejercicios diferentes para practicar y poner a prueba tu aprendizaje y comprensión sobre:

- El concepto experiencial: Ejercicio 1
- Los puntos de experiencia: Ejercicio 2

**Puedes imprimir las siguientes diapositivas y practicar por tu cuenta o con tu equipo.**

## Ejercicio 1: el concepto de experiencia

Comprender las diferentes motivaciones de los distintos subsegmentos de cicloturistas observando las imágenes y describir en un breve párrafo el concepto de experiencia para cada subsegmento.





# Ejercicio 1 - Subsegmento 1

Concepto experiencial

---

---

---

---

---

---

---

---



# Ejercicio 1 - Subsegmento 2

Concepto experiencial

---

---

---

---

---

---

---

---





# Ejercicio 1 - Subsegmento 3

Concepto experiencial

---

---

---

---

---

---

---

---



# Ejercicio 1 - Subsegmento 4

Concepto experiencial

---

---

---

---

---

---

---

---





# Ejercicio 1 - Subsegmento 4

Concepto experiencial

---

---

---

---

---

---

---

---



## Ejercicio 2: definición de los elementos WOW

Observe las diferentes imágenes y describa los diferentes elementos WOW relacionados con cada experiencia gastronómica específica (lugar, personas, servicio, ocasión)

¿Qué podría hacer que esta experiencia gastronómica fuera memorable?



## Ejercicio 2 - Experiencia A

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---



## Ejercicio 2 - Experiencia B

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---





## Ejercicio 2 - Experiencia C

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---





# Ejercicio 2 - Experiencia D

## Elementos de Wow

-----

-----

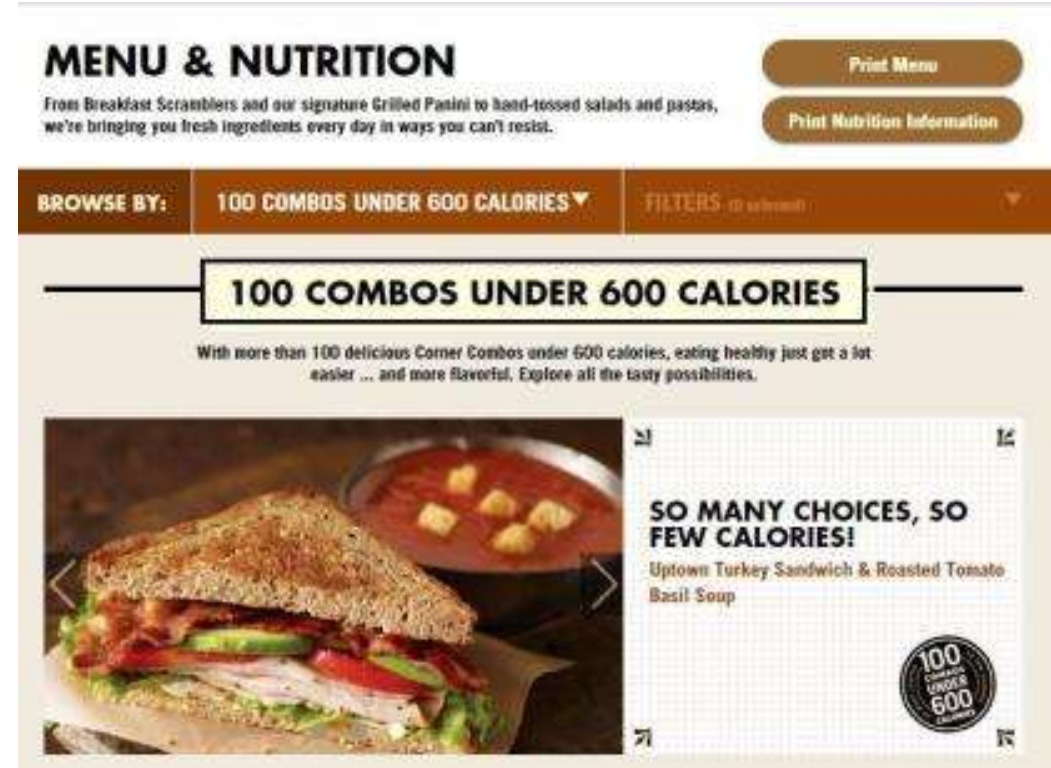
-----

-----

-----

-----

-----





# Ejercicio 2 - Experiencia E

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---



# Ejercicio 2 - Experiencia F

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---



# Ejercicio 2 - Experiencia G

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---





## Ejercicio 2 - Experiencia H

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---



## Ejercicio 2 - Experiencia I

Elementos de Wow

---

---

---

---

---

---

---

---



## Preguntas y reflexiones abiertas

¿Qué es una experiencia turística?

¿Qué es un concepto experiencial?

¿Cómo se pueden diseñar diferentes elementos wow en una experiencia turística?







## Principales conclusiones

Esta presentación trataba sobre el diseño de una experiencia turística

Ahora que has terminado de verlo, deberías ser capaz de hacerlo:

- Subsegmentar el mercado
- Definir un concepto experiencial
- Definir los elementos "wow" de una experiencia turística
- Diseñe una experiencia turística memorable



**Sección de  
cierre**

## Lista de referencias

[https://www.academia.edu/2060530/Tourism\\_Experience\\_Design\\_Some\\_Recent\\_Research\\_by\\_Noel\\_Scott\\_and\\_Peiyi\\_Ding](https://www.academia.edu/2060530/Tourism_Experience_Design_Some_Recent_Research_by_Noel_Scott_and_Peiyi_Ding)

[https://www.researchgate.net/publication/266732531\\_Toward\\_a\\_Theoretical\\_Foundation\\_for\\_Experience\\_Design\\_in\\_Tourism/figures?lo=1](https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism/figures?lo=1)

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2019.1668727>



## Maurizio Goetz

Envíe un correo electrónico [a maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com](mailto:maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com)

Licenciado en Administración de Empresas (Universidad Bocconi), Maurizio Goetz siempre ha trabajado en procesos de innovación de elementos intangibles en la comunicación digital, el marketing y la promoción. Es coautor de la *metodología Tourist Experience Design* para el diseño de experiencias turísticas en destinos y lleva a cabo investigaciones sobre los temas de la imaginación estratégica del diseño. Colabora con diversas instituciones de formación y empresas para difundir el *enfoque Imagination Design Coaching*, un conjunto de metodologías creadas para entrenar las habilidades imaginativas de profesionales y organizaciones.





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Número de proyecto  
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la  
Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente la  
opinión del autor, y la Comisión no se hace responsable del  
uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.



Esta obra está autorizada bajo una licencia de Creative Commons

Licencia internacional de atribución-no comercial-compartida 4.0  
(CC BY-NC-SA 4.0)

[www.euheritage.eu](http://www.euheritage.eu)

