

Diseño de experiencias turísticas: una perspectiva basada en el desarrollo del aprendizaje

Designing tourism experiences: a perspective based on learning development

Rocio del Carmen Lombardi Valle ^{1*}, rlombardi@pucp.edu.pe ORCID 0000-0002-1132-8576

Angie Nicole Tamayo Gutierrez ^{2*}, nicole.tamayo@pucp.edu.pe ORCID 0000-0003-3077-2805

Recibido: 21-ago-2023, Aceptado: 13-dic-2023, Publicado: 01-ene-2023

Resumen

Como parte del curso Diseño de experiencias turísticas, los estudiantes crearon experiencias turísticas sostenibles y competitivas para el balneario de San Bartolo, Lima, Perú. La metodología tuvo tres fases: diagnóstico, diseño y validación de la propuesta. Las técnicas de recolección fueron la revisión de fuentes secundarias, entrevistas a profundidad (actores sector público y privado, y especialistas), observación participante y dos salidas al campo: una de reconocimiento y otra de validación. Se tuvo como resultado el diseño de dos propuestas: Respira San Bartolo y Bienestar junto al mar, ambas dirigidas a una demanda de bienestar y equilibrio. Estas dos propuestas representan una oportunidad para diversificar la oferta turística y desestacionalizar el destino cuya temporada alta representa tres meses en verano.

Palabras clave: diseño de experiencias turísticas, sostenibilidad, turismo.

Abstract

As part of the Tourism Experience Design course, students created sustainable and competitive tourism experiences for the San Bartolo beach resort in Lima, Perú. The methodology consisted of three phases: diagnosis, design, and validation of the proposal. Data collection techniques included reviewing secondary sources, in-depth interviews (with public and private sector stakeholders, and specialists), participant observation, and two field trips: one for reconnaissance and another for validation. The result was the design of two proposals: Respira San Bartolo and Bienestar junto al mar, both aimed at meeting the demand for well-being and balance. These two proposals represent an opportunity to diversify the tourism offer and de-seasonalize the destination, whose high season are three months in the summer.

Keywords: tourism experience design, sustainability, tourism.

¹ Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

² Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

1 Introducción

La creciente demanda de los viajeros por experimentar emociones y no solo conocer un destino ha aumentado la necesidad de diseñar experiencias turísticas. Frente a este panorama, este documento presenta como tema el diseño de experiencias turísticas: una perspectiva basada en el desarrollo del aprendizaje. Es así que se plantea como objetivo general el diseñar dos propuestas de experiencias turísticas en el balneario de San Bartolo, Lima.

El presente documento muestra el diagnóstico, diseño y validación de dos propuestas de experiencias turísticas en el balneario de San Bartolo. Este diseño de experiencias fue el resultado de dos propuestas elaboradas por los alumnos del curso de Diseño de experiencias turísticas en la PUCP.

El alcance del documento es descriptivo, pues detalla de manera clara cada uno de los tres pasos en la formulación de cada una de las propuestas de experiencias turísticas. Respecto a las limitaciones con las que cuenta esta iniciativa, se reconoce que el diseño de las experiencias aún no se ha implementado.

2 Marco teórico

Con más frecuencia, una nueva dimensión del consumo se presenta en el mundo: más allá de adquirir bienes y servicios, ahora se ofrece “vivir una experiencia” que aporte novedad a las rutinas (Sernatur, 2017, p.10). Por tanto, existen empresas que ofrecen dicha experiencia: Coca Cola no vende solo gaseosas, sino unión familiar; por su parte, Amazon no solo vende productos, sino comodidad (Mincetur, 2020). Esta idea ya la habían desarrollado Pine y Gilmore (1998, p. 13) cuando introducen el concepto de “economía de la experiencia” al argumentar que los consumidores valoran cada vez más las experiencias sobre los productos tangibles. Según este modelo, las experiencias turísticas efectivas deben crear una conexión emocional con los visitantes, al ofrecer un valor emocional añadido al servicio básico.

Ante la demanda actual, es indispensable el diseño de experiencias turísticas competitivas y sostenibles con una mirada de mercado. Durante muchos años, el diseño de productos turísticos se basó en la oferta. Por ejemplo, una zona de bosques, mirando su oferta, planifica sus productos turísticos y los comercializa como turismo de naturaleza, y entra al mercado a competir con todos aquellos destinos (algunos ya posicionados) que ofrecen naturaleza como ventaja competitiva. Sin embargo, con esa propuesta de venta, tal vez, los viajeros nunca lleguen.

Por su parte, Prebensen (2013) destaca la importancia de la co-creación de experiencias entre los proveedores de servicios y los turistas. La autora argumenta que involucrar a los viajeros en el diseño y la personalización de las experiencias aumenta su satisfacción y fidelidad hacia el destino. Esto se debe a que los destinos no ajustan sus experiencias a las tendencias y requerimientos de los nuevos viajeros. Por ejemplo, la tendencia es que los viajeros buscan cada vez más experiencias holísticas de bienestar. Es así como la zona de bosque puede diseñar y comercializar experiencias (yoga y meditación en el bosque, meditación en conexión con la naturaleza, entre otras) al ofrecer diversas experiencias turísticas en lugar de solo una, de manera que se considere a los viajeros en las nuevas tendencias. Actualmente, las tendencias se vinculan a las nuevas tecnologías, mayor accesibilidad y acceso a la información.

Ante esta nueva perspectiva en el turismo, el diseño de experiencias turísticas es un campo de estudio en constante evolución, transformación y cambio que busca crear vivencias memorables y auténticas. En América Latina, este enfoque va ganando importancia bajo los pilares de sostenibilidad y diversidad cultural. Es así que Vásquez y Toro (2010) mencionan que las experiencias turísticas deben involucrar la participación activa de los visitantes en las actividades culturales y comunitarias de las regiones que visitan, a su vez que promueven el intercambio cultural y el desarrollo local.

Se comprende entonces que el diseño de experiencias turísticas busca la vinculación del viajero con el entorno y con cada uno de los elementos del sistema turístico para lograr una vivencia positiva y memorable, que aporte valor y que se quiera compartir. Por tanto, la creación y desarrollo de experiencias turísticas novedosas, adecuadas y rentables, es uno de los retos más interesantes en el proceso de destinos turísticos (Minturd, 2010).

En este sentido, Fiore y Jeoung (2007) proponen el modelo de experiencia turística memorable que identifica cuatro dimensiones claves: estimulación sensorial, estética, afectiva y cognitiva. Según este modelo, las experiencias turísticas efectivas deben estimular los sentidos, ser visualmente atractivas, generar emociones positivas y proporcionar aprendizaje significativo. A su vez, el diseño de experiencias turísticas se basa en la creación de vivencias auténticas, emocionales y

memorables para para los viajeros en donde se involucra la participación activa de todos los actores del destino y los viajeros en el proceso de co-creación. Finalmente, estas teorías proporcionan un marco sólido para comprender y diseñar experiencias turísticas en donde se consideran las motivaciones y necesidades de los viajeros, la sostenibilidad y la competitividad que se adaptan a las nuevas tendencias.

3 Metodología

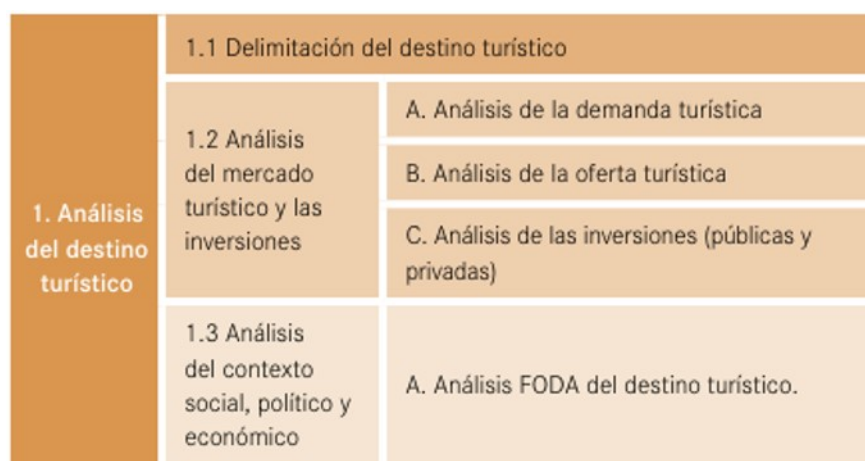
La modalidad de investigación es de tipo cualitativa con el fin de explorar junto con los actores locales las historias, fortalezas, debilidades, retos y oportunidades alrededor del desarrollo turístico en el Balneario de San Bartolo. Asimismo, se busca obtener una comprensión detallada de las actuales experiencias turísticas y perfil de los visitantes.

La metodología tuvo tres fases. Primero, los estudiantes realizaron un diagnóstico de forma participativa con los actores del destino, luego pasaron al diseño de la experiencia turística con criterios de sostenibilidad y competitividad, y, finalmente, procedieron con la validación de las propuestas para los ajustes finales correspondientes.

Se usaron técnicas de recolección de información como revisión de fuentes secundarias, entrevistas a profundidad a los actores del destino (del sector público y privado) y especialistas, aplicación de fichas de observación directa y dos salidas de campo: una de reconocimiento y otra de validación.

En la primera fase, se llevó a cabo un diagnóstico del destino turístico seleccionado: delimitación territorial, análisis de la oferta, análisis de la demanda, análisis de las inversiones públicas y privadas para finalmente realizar un FODA. Esta fase tuvo concordancia con la metodología de Swisscontact (2014) para la planificación de productos turísticos presentes en la figura 1.

Figura. 1. Análisis del destino turístico



Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos (2014)

Esta primera fase incluyó un diagnóstico participativo que involucró a los diversos actores locales relevantes representativos tales como empresarios turísticos, residentes, autoridades municipales y otros grupos de interés. A través de un taller y reunión, se recopiló información sobre los desafíos y oportunidades existentes en el contexto turístico local.

En la segunda fase, basados en los resultados del diagnóstico participativo, los estudiantes compararon las fuentes secundarias con los resultados de las salidas de campo con la finalidad de sistematizar y reflexionar acerca de la conceptualización de la propuesta de las experiencias turísticas en donde se integraron criterios de sostenibilidad y competitividad.

El proceso de diseño se llevó a cabo con la participación activa de los estudiantes con lo cual se diseñó la propuesta de dos experiencias turísticas con mirada de demanda que respetan la identidad local y contribuyen al desarrollo de la comunidad.

Las experiencias turísticas propuestas se analizaron en una matriz de priorización (ver figura 2) que mide cuatro aspectos para determinar la viabilidad: mercado, tiempo requerido para la implementación, requerimientos económicos y condiciones para la gestión. Esta matriz permitió asignar puntuaciones de 01 a 03 puntos a cada aspecto. Luego de identificar las dos propuestas más viables a partir de las sumatorias con mayor puntaje (entre 10 y 12), se pasó a diseñar y conceptualizar la propuesta.

Figura. 2. Matriz para la priorización de productos turísticos

1. Análisis del destino turístico	1.1 Delimitación del destino turístico	
	1.2 Análisis del mercado turístico y las inversiones	A. Análisis de la demanda turística
		B. Análisis de la oferta turística
		C. Análisis de las inversiones (públicas y privadas)
	1.3 Análisis del contexto social, político y económico	A. Análisis FODA del destino turístico.

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos (2014)

Finalmente, en la tercera fase de validación de las propuestas y ajustes finales, se procedió a validar las propuestas de experiencias turísticas desarrolladas en la fase anterior. Esto implicó una nueva salida de campo y reuniones con grupos de interés relevantes con el fin de obtener retroalimentación y evaluar la viabilidad de las propuestas en el campo.

Basados en los resultados obtenidos durante esta etapa, los estudiantes realizaron los ajustes finales para optimizar y mejorar las experiencias turísticas diseñadas con lo que se garantiza la coherencia entre las expectativas y necesidades de los visitantes a partir de los principios del desarrollo turístico sostenible.

4 Resultados

Como resultado se diseñaron dos rutas turísticas: Respira San Bartolo y Bienestar junto al mar, ambas dirigidas a una demanda de bienestar y equilibrio. Estas dos propuestas representan una oportunidad para diversificar la oferta turística y desestacionalizar el destino cuya temporada alta es en verano.

La primera experiencia turística fue Respira San Bartolo, consiste en un full-day en San Bartolo que abarca actividades relacionadas al ejercicio, alimentación saludable, meditación y conexión con el medio ambiente, considerando la sostenibilidad como eje base.

Respira San Bartolo es una experiencia turística que tiene como propuesta de valor: la desconexión de la rutina y el sumergirse en una experiencia de bienestar basado en actividades que conecten el cuerpo y mente frente a la salinidad del mar y la arena. Asimismo, se busca crear conciencia en el cuidado de los recursos naturales, haciendo de este el primer paso en la búsqueda del equilibrio entre lo social y ambiental.

Se consideró las siguientes temáticas:

- Ejercicios de respiración y conexión (malecón de la playa norte)
- Importancia del ecosistema costero (malecón de la playa norte)
- Reinvéntate y conecta contigo mismo (yoga en Casa Colibrí)
- Interpretación histórica de San Bartolo, los fundadores y el contexto actual (El Mirador)
- Experiencia sensorial (El Bufadero)

- Beneficios del mar y el cuidado de las playas (playa norte)
- Meditación (El Bufadero)

El tipo de mercado es el de bienestar y el segmento de demanda: turistas y excursionistas nacionales millenials con interés en viajar a destinos menos concurridos y con paisajes naturales para así relajarse y desconectarse del caos de la ciudad. En cuanto a su perfil, se reconoció su actitud, que son comunicativos, curiosos por conocer nuevas culturas, buscan conectar con sus valores y generar un cambio. También les gusta estar informados con lo que ocurre en el mundo.

El argumento de venta de la experiencia turística se enfocó en: Respira San Bartolo, desconéctate de la rutina y sumérgete en una experiencia de bienestar con actividades que conecten tu cuerpo y mente con el mar y la arena. Asimismo, se buscó crear conciencia en el cuidado de los recursos naturales, con lo que se pretende el equilibrio entre lo social y ambiental (ver anexo B).

Los pilares de esta experiencia turística son:

- Actividades de Bienestar: Yoga, meditación y ejercicios de respiración.
- Turismo urbano: Visita al Mirador y el Bufadero
- Visita de playas
- Activación sensorial con aceites

La segunda experiencia turística fue Bienestar junto al mar. La experiencia contó con el desarrollo de actividades de bienestar (meditación) que contribuyeron en el cuidado de la salud mental y relajación de los residentes de San Bartolo. La experiencia inicia con una caminata hasta la primera desembocadura (ver anexo c) de la zona sur de San Bartolo mientras se comienza a dar las primeras impresiones sobre la salud mental. Segundo, se inicia el paseo en bote con dirección al espacio designado para realizar las siguientes actividades, en donde se brinda la charla de salud mental y el cuidado del medio ambiente, seguido por un tiempo para meditar con el fin de demostrar la importancia y beneficio que resulta en el cuerpo hacer estas actividades. Tercero, se brindan talleres rotativos de bienestar (baile, arte, entre otros) en el Malecón de la Playa Sur iniciando por el yoga. Finalmente, se realiza un compartir con todos los asistentes.

El tipo de mercado es el de bienestar, salud mental y relajación. El mercado inicial es el residente de San Bartolo que tiene interés en cuidar su salud mental realizando actividades de bienestar, disfrutan de los paisajes y la naturaleza, gozan de experiencias turísticas que les permiten conectar con la naturaleza y despejar la mente de las preocupaciones diarias.

La propuesta de valor de venta de la experiencia Bienestar junto al mar es ofrecer disfrutar de San Bartolo de una manera distinta, compartiendo momentos agradables y de relajación con los vecinos, cuidando la salud mental y escuchando las olas del mar.

Los pilares de esta experiencia turística son:

- Actividades de bienestar: Meditación y Yoga
- Realización de actividades junto al mar
- Caminata por Playa Sur
- Corto paseo en bote
- Charlas de salud mental
- Compartir con snacks saludables

5 Discusión

Los resultados obtenidos estuvieron inicialmente relacionados a determinar la viabilidad del diseño de experiencias turísticas que aporten en la ruptura de la estacionalidad marcada por una temporada alta de verano y luego una temporada baja el resto del año.

La viabilidad se determinó a través de la aplicación de la matriz de priorización para determinar las experiencias turísticas con mayor viabilidad de implementación en el corto plazo. La matriz de viabilidad dio como resultado dos experiencias turísticas vinculadas el turismo de bienestar y holístico como las más viables a corto plazo para la implementación, sin embargo, cabe resaltar que el público objetivo inicial no son turistas sino residentes locales y excursionistas. Se debe

considerar que San Bartolo es un destino en la etapa de exploración dentro del ciclo de vida (Butler, 1980) en donde se reconoce que aún hace falta mucho esfuerzo de todos los actores que desean construir un destino turístico con ventajas competitivas e identidad local propia.

La construcción de experiencias turísticas en San Bartolo tendrá como uno de sus principales desafíos la voluntad política de las autoridades para liderar los procesos participativos con todos los actores directa e indirectamente relacionados a la construcción del destino turístico.

Surgen nuevas preguntas en esta construcción como la sostenibilidad económica de dichas experiencias turísticas que no apuestan por un modelo de turismo masivo y que buscan la conservación de los recursos naturales y culturales. De la misma forma, se ciernen preguntas en torno al posicionamiento frente a los destinos competidores en etapa de crecimiento con mejores apuestas de servicios, inversiones e infraestructura turística.

A nivel del contexto actual, surgen dudas respecto a la necesidad de una apuesta firme contra la inseguridad ciudadana para repensar el balneario como un mejor lugar para los ciudadanos y para los visitantes.

6 Conclusiones y recomendaciones

A manera de conclusión, se resalta la viabilidad del distrito de San Bartolo para el diseño de experiencias turísticas sostenibles y competitivas que puedan iniciar el proceso de construcción de un destino turístico. En este sentido, San Bartolo aún posee la oportunidad de ser un destino con ventajas diferenciales frente a los actuales competidores que han apostado por un turismo masivo y de sobreexplotación en la temporada alta (meses de verano).

Además, se resalta la principal tendencia de los visitantes nacionales y residentes en las experiencias turísticas holísticas que promuevan el bienestar físico, mental y emocional.

Asimismo, se recomienda continuar con la investigación de los recursos necesarios para la implementación de experiencias turísticas en donde se identifiquen las posibles fuentes de financiamiento.

Finalmente, se invita al sector público a asumir el liderazgo de la implementación de las experiencias para el desarrollo del turismo sostenible local.

7 Referencias

- Servicio Nacional de Turismo - Sernatur. (2017). Manual de diseño de experiencias turísticas.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur. (2020). Guía para el diseño de experiencias turísticas.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2001). *Economía de la experiencia, La*. Ediciones Granica SA.
- Prebensen, N. K., Vittersø, J., & Dahl, T. I. (2013). Value co-creation significance of tourist resources. *Annals of Tourism Research*, 42, 240-261. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.02.003>
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb01729.x>
- Ministerio de Turismo y Deporte - Minturd. (2010). Manual de productos turísticos.
- Toro, C., Rojas, C., & López, D. (2010). Santo Domingo Savio: Un territorio reterritorializado. *Territorios*, 22, 87-110.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-132. <https://doi.org/10.1177/0047287507299569>

Anexos

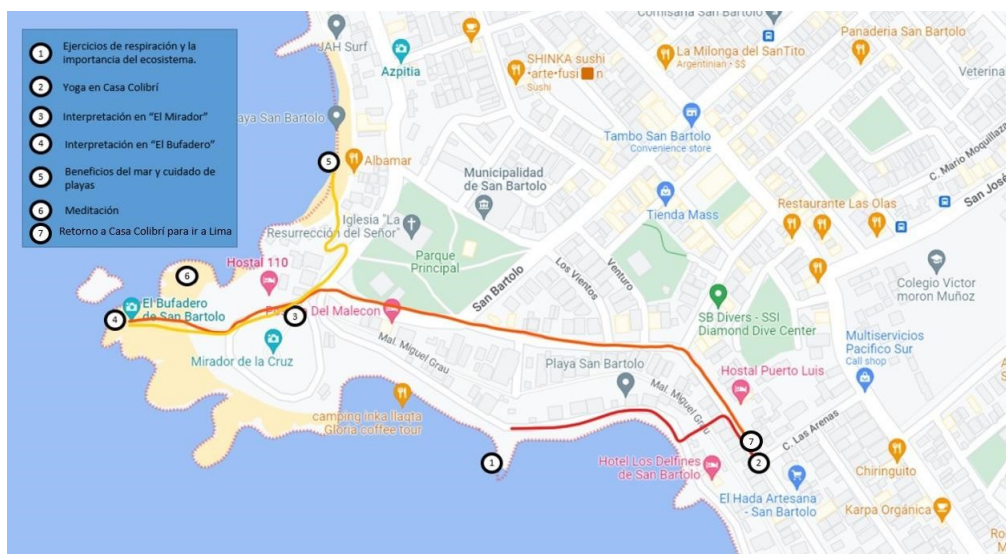
Anexo A

Figura. 3. Anexo A: Mapa 1 del distrito de San Bartolo

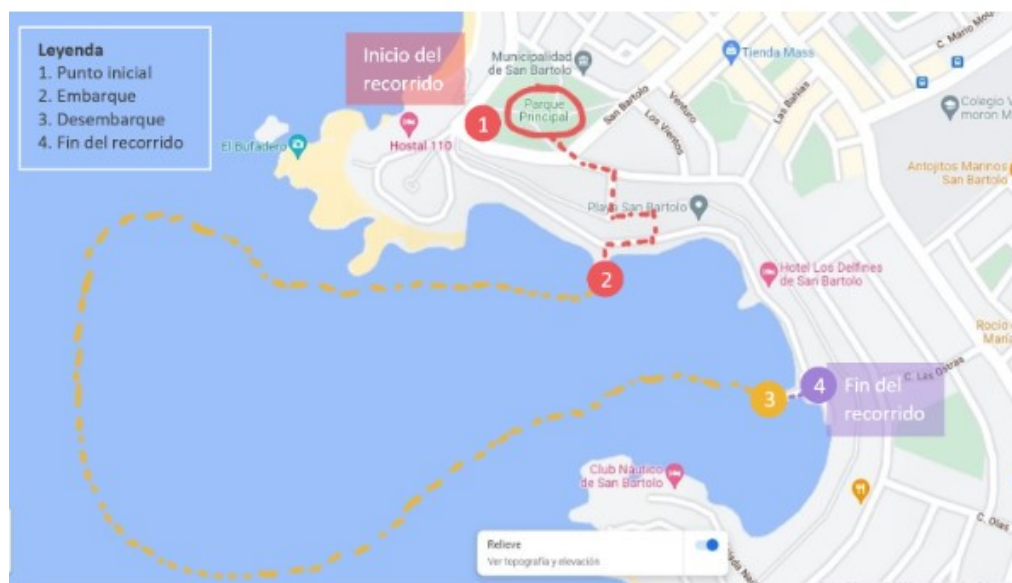
San Bartolo

Fuente: Google maps (2024)

Anexo B

Figura. 4. Anexo B: Mapa 2 de la Experiencia turística Respira San Bartolo**Fuente:** Curso Diseño de Experiencias Turísticas PUCP (2022)

Anexo C

Figura. 5. Anexo C: Mapa 3 de la experiencia turística Bienestar junto al mar

Fuente: Curso Diseño de Experiencias Turísticas PUCP (2022)