

José Cantero Gómez  
Socio Director de Hosperience  
Consultor, formador y conferenciante en marketing y  
Turismo experiencial

Viaje al futuro del producto turístico experiencial



El progreso es de todos Mincomercio #ReceptivoANATO2021

ENCUENTRO NACIONAL DE **2 TURISMO RECEPTIVO** ANATO  
18 y 19 de noviembre de 2021

**NOS VEMOS LOS DÍAS  
18 Y 19 DE NOVIEMBRE**

Centro de Convenciones  
Plaza Mayor, Salón 5 y 6  
del Gran Salón  
**Medellín**

The banner features a white background with a subtle geometric pattern. It includes logos for the Ministry of Commerce and ANATO, along with the event title and dates. A photograph of the convention center is shown in the bottom left corner.

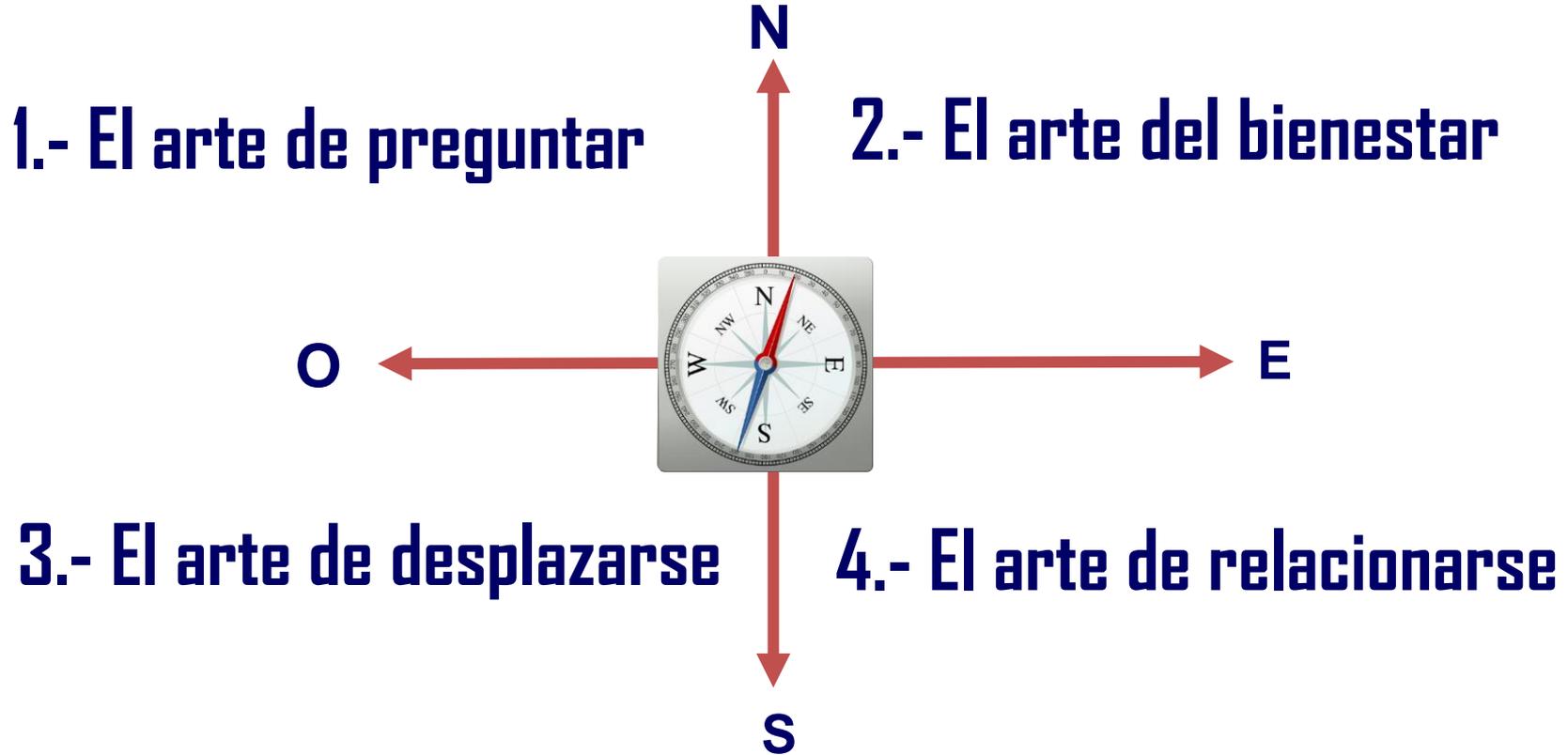


**60 MINUTOS**

**4 IDEAS**

**1 VIAJE**

# Todo viaje necesita de una brújula y un arte...



Vamos a realizar un viaje al futuro del turismo

# ¿Turismo experiencial?

## 1 Componente experiencial



## 2 Tipología del recurso base



## 3 Tamaño de la experiencia

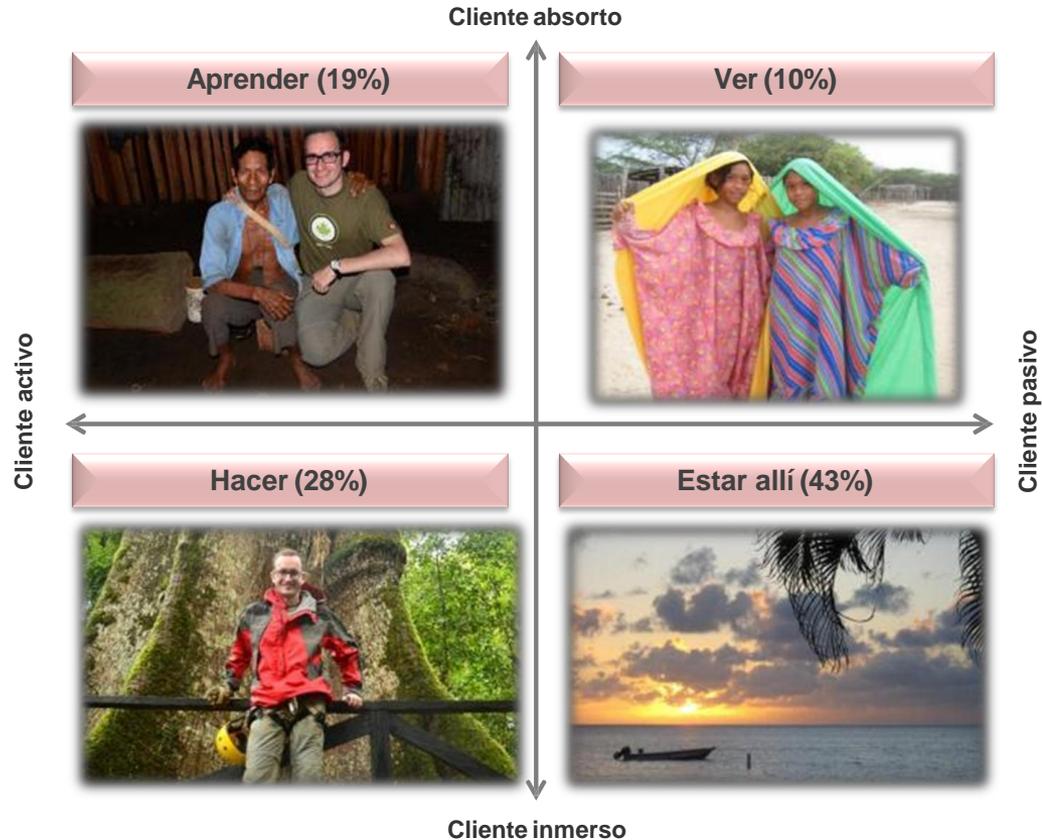
En base a los criterios de:

- Duración
- Intensidad
- Interacción
- Impacto vivencial y emocional
- Gestión sostenible
- Autenticidad

Las experiencias pueden ser:

Pequeñas    Medianas    Grandes

# El carácter experiencial actual está muy basado en “estar”



# Perfil del Avituristas: distintas motivaciones y necesidades, distintas propuestas de valor porque tienes distinto valor y niveles de digitalización

Grado de vinculación Experiencial

### Observadores "Entusiastas" o medianamente especializados



- Conocedores y amantes de la naturaleza
- Viajeros que se mueven más despacio y son más tolerantes con observadores menos experimentados
- Satisfechos siempre y cuando se vean aves, y no son tan exigentes si no ven una especie particular
- Están bien en grupos más grandes
- Les interesan otras actividades de naturaleza y culturales
- Su satisfacción proviene también de socializar con otras personas
- Demandan guía, alojamiento, comida de muy alta calidad
- Un poco más son mujeres
- Entre 50 y 70 años
- Representan el 50% de los avituristas

### Observadores "Hard Core" o twitchers



- Observadores muy dedicados
- Dispuestos a viajar largas distancias para ver aves raras o nuevas y aumentar su "lista de vida"
- No toleran observadores poco experimentados o mucha gente en su grupo
- Su satisfacción proviene solo de ver aves
- Competitivos
- Traen su propio equipo
- No les interesan otras actividades durante su viaje
- Esperan un nivel moderado de acomodación y confort en su viaje
- Predominantemente hombres
- Entre 40 y 50 años
- Representan el 10% de los avituristas

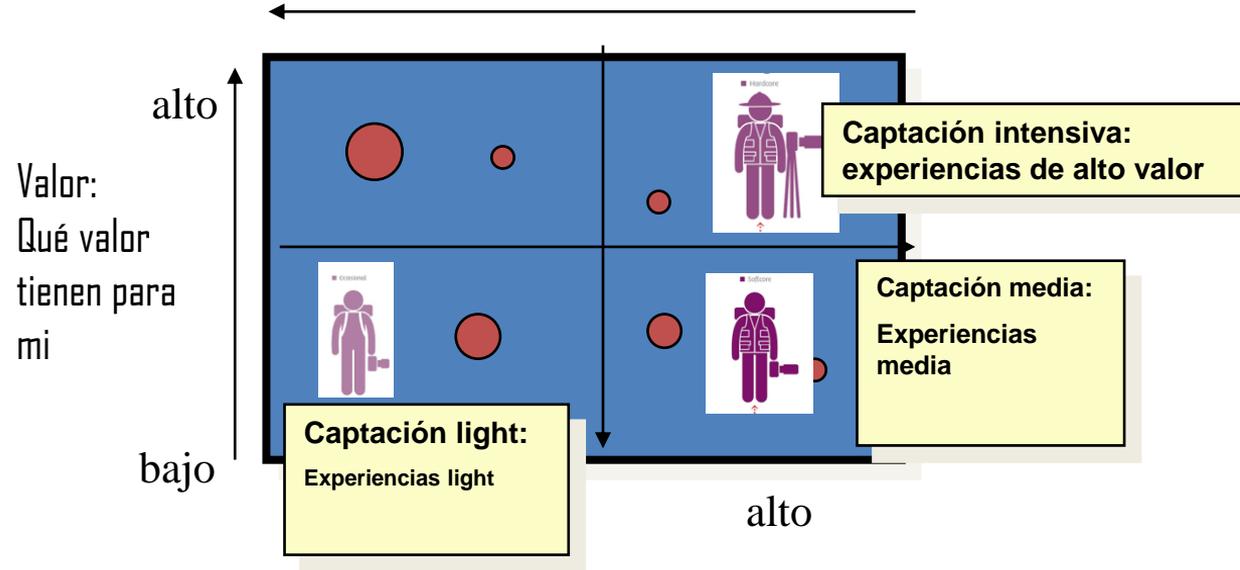
### Observadores "Casuales" - Ecoturistas



- No son turistas tan especializados, no tienen alto conocimiento sobre las aves
- Combinan la observación de aves con otras actividades basadas en la naturaleza
- Interesados en buscar cosas diferentes a las de su hogar
- Prefieren destinos de naturaleza accesibles por carretera
- Su satisfacción proviene de interacción superficial con la naturaleza
- Les gustan alojamientos cómodos
- Representan el 30% de los avituristas

Valor económico: capacidad de gasto

# Perfil del Avituristas: distintas motivaciones y necesidades, distintas propuestas de valor porque tienes distinto valor y niveles de digitalización





*“Nuestros cuerpos han llegado, pero  
tenemos que esperar a que lleguen nuestras  
mentes”*

3 14 1 969 191 12 021

341 2 10 2 5





# 1ª IDEA

El arte de preguntar



**Si te da miedo preguntar, te arriesgas  
a no aprender...**



**¿Cómo serán los viajes en 2032?**

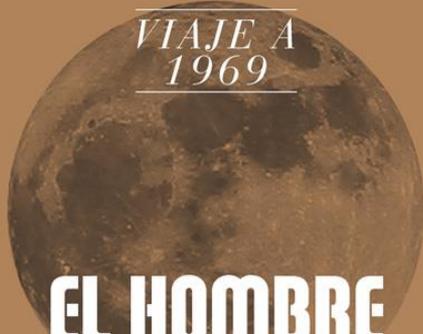
# ¿Se puede viajar al pasado?



# ¿Se puede viajar al pasado?

AGENCIA DE VIAJES  
LA ESTRELLA  
EN EL TIEMPO

VIAJE A  
1969



## EL HOMBRE EN LA LUNA

¿SERÁ CIERTO O SE TRATA DE UN MONTAJE?

CON LA PRESENCIA DE RICARDO RIZZO, DEPARTAMENTO DE ASTRONÁUTICA DE LA NASA

SALIDA EL VIERNES 15 DE NOVIEMBRE A LAS 18.00

MOVIMIENTO  
1887

Lo bueno \* perdura  
LA ESTRELLA  
desde 1887

AGENCIA DE VIAJES  
LA ESTRELLA  
EN EL TIEMPO

VIAJE A  
1968



## EUROVISIÓN 1968

LA LALALÁ LALALÁ LALALÁ... ¡TODOS CON MASSIEL!

CON LA PRESENCIA DE REVÉS DEL RIMOR (RECTORA JEFF Y DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE ALTOIRIA DE EUROVISIÓN) Y CON UN KARAOKE EUROVITIVO

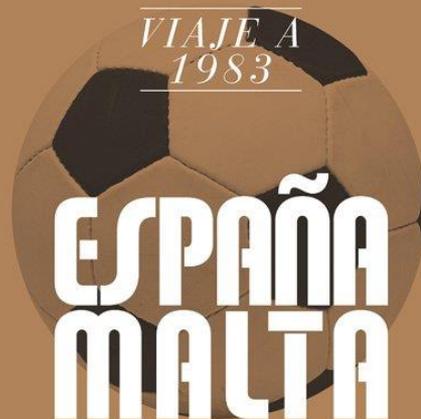
SALIDA EL JUEVES 24 DE NOVIEMBRE A LAS 18.00

MOVIMIENTO  
1887

Lo bueno \* perdura  
LA ESTRELLA  
desde 1887

AGENCIA DE VIAJES  
LA ESTRELLA  
EN EL TIEMPO

VIAJE A  
1983



## ESPAÑA MALTA

¿GANAREMOS POR UNA DIFERENCIA DE 11 GOLES PARA IR A LA EUROCOPA?

VIVE LA EMOCIÓN DE UN DE LOS PARTIDOS MÁS IMPORTANTES DE NUESTRA HISTORIA

SALIDA EL MARTES 8 DE NOVIEMBRE A LAS 18.00

MOVIMIENTO  
1887

Lo bueno \* perdura  
LA ESTRELLA  
desde 1887

# ¿Les motivaría a nuestros clientes viajar al pasado?

## FOTOS | Joven revive los viajes de sus abuelos realizados hace 35 años

El descubrimiento de una caja llena de fotografías lo llevó a recorrer los mismos lugares que conocieron sus familiares hace casi 4 décadas.

Por El Dínamo

13 de agosto, 2015 > 17:55 hrs

 FOTOS | Joven revive los viajes de sus abuelos realizados hace 35 años



Dicen que la curiosidad y las ganas de conocer es algo que viene también en la sangre. Eso fue lo que sintió [Christian Carollo](#), cuando hace tres años encontró una caja con **las fotografías del viaje que había realizado su abuelo 30 años atrás**.

Fue ahí cuando se preguntó “¿qué pasaría si hiciera las mismas fotografías que mi abuelo tomó hace 30 años?”, desde ese momento decidió comenzar a viajar por estados Unidos, retratando las mismas fotografías que había tomado su familiar entre 1970 y 1980.



sayhellotoamerica • Siguiendo

New Orleans, Louisiana



sayhellotoamerica Cafe Du Monde Worker in New Orleans, Louisiana | February 1978 & April 2014

A new generation of workers at the famous Cafe Du Monde in the French Quarter. #pastpresentproject

-

325 sem



sayhellotoamerica @robmerica I agree! It's always been one of my favorites.



325 sem Responder



Les gusta a viatortravel y 259 personas más

5 DE AGOSTO DE 2015



Añade un comentario...

Publicar



sayhellotoamerica • Siguiendo

Big Sur, California



sayhellotoamerica Lucia Lodge in Big Sur, California | April 1979 & May 2015

Excerpt from my grandmother's travel journal on April 30th, 1979: "Stopped at Lucia Lodge – one lonely spot on the rocks, but they had gas! We sat on their small open veranda in the sun, had coffee and apple pie, and watched the wide blue ocean."

#pastpresentproject

-

331 sem



sayhellotoamerica @withthegrains I do have prints, but I've been challenging myself to journal in a similar to my grandmother



178 Me gusta

24 DE JUNIO DE 2015



Añade un comentario...

Publicar



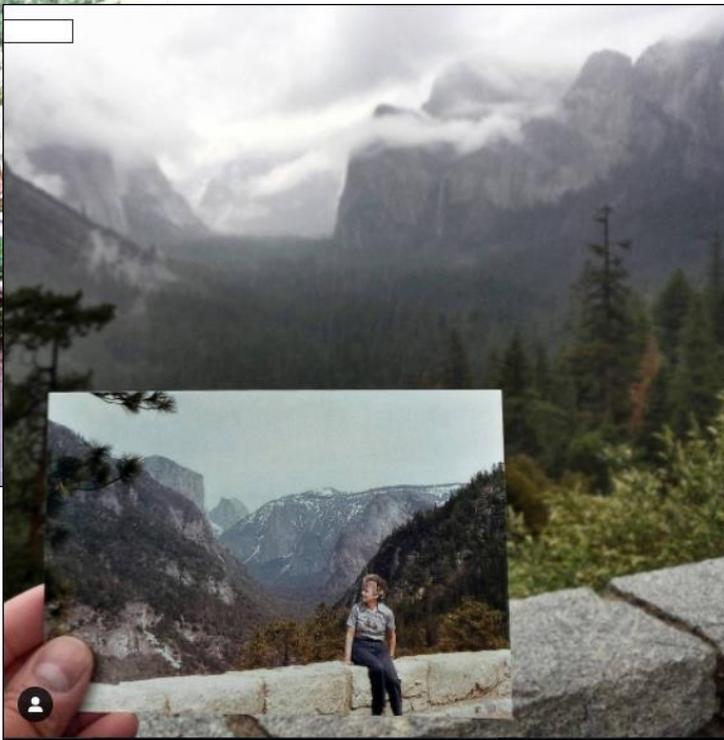
sayhellotoamerica · Siguiendo

Muir Woods National Monument



"Lots of people there, buses & Germans in droves! Groves of the tallest sequoias (different from the largest ones in Sequoia Park), along the Redwood Creek, wet, cool, full of ferns, and forget-me-not -- a beautifully green and quiet spot." #pastpresentproject

331 sem



sayhellotoamerica · Siguiendo

Yosemite National Park



sayhellotoamerica Yosemite National Park, California | April 1979 & May 2015

Excerpt from my grandmother's travel journal on April 20th, 1979: "Entering Yosemite National Park -- clean and cool air, the smell of pine & redwoods. Stopping at several photo spots, going through the long long tunnel, into the valley itself." #pastpresentproject

321 sem



joesills @brittbrit



321 sem Responder



sayhellotoamerica #yosemite #yosemitenationalpark #california #visitcalifornia #nationalpark #all\_shots #vscocam #instagood #justacount #ii #photooftheday #insta\_america



342 Me gusta

2 DE SEPTIEMBRE DE 2015



Añade un comentario...

Publicar

**¿Cómo será el viajero o turista  
pos-pandemia?**

**¿Cómo será el viajero y turista  
pos-pandemia que yo como  
agencia quiero captar?**

# Predicciones de viaje 2022

Ver predicciones de

Global

Sobre este informe

En el último año y medio, todos los aspectos de nuestras vidas se han redefinido repetidamente, especialmente nuestra forma de viajar. La pandemia no ha terminado todavía, pero ya empieza a emerger un sentimiento de esperanza por el futuro. Pero ¿cómo es ese futuro? Hemos encargado un estudio exhaustivo, en el que han participado más de 24.000 personas de 31 mercados.



Booking.com encargó una investigación exhaustiva de la que participaron más de **24.000**  
**personas de 31 países** y la combinó con los datos y la información sobre la  
industria de los alojamientos que le dan sus 25 años como líder digital en turismo.

1.- Bienestar: el viaje como autocuidado. Por encima del ejercicio diario o la meditación consciente, **irse de vacaciones se convertirá en la forma de cuidarse en 2022**

2.- Oficina (en casa) cerrada por vacaciones: En 2022 veremos un aumento significativo de las personas que quieren restablecer de forma clara un equilibrio saludable entre vida laboral y personal, ya que las vacaciones estarán totalmente exentas de trabajo para tres cuartas partes de la gente

**74%**

3.- Sensación de primera vez para todo: el próximo año se generalizará un auténtico deleite hasta por los aspectos más rutinarios de nuestros viajes.

4.- La comunidad local es lo primero: un **65%** considera importante que su viaje sea beneficioso para la comunidad del destino,

5.- Un **60%** quieren conocer gente nueva mientras están fuera, mientras que el 64% espera socializar durante sus vacaciones y el 48%

quiere viajar a un lugar con muchas opciones de ocio nocturno para poder conocer a gente nueva. De hecho un **53%** espera encontrar el amor en su próximo viaje.

6.- El **71%** de los encuestados prefiere unas vacaciones en las que prevalezca la flexibilidad y puedan hacer sencillamente lo que les apetezca, en lugar de tener un itinerario bien planificado lleno de actividades. El año que viene los viajes vendrán cargados de improvisación.

## ¿El viajero y turista pos-pandemia demandará una experiencia holística?

EXPERIENCIAS SENSORIALES	EXPERIENCIAS DE SENTIMIENTO	EXPERIENCIAS DE PENSAMIENTO	EXPERIENCIAS DE ACTUACIÓN	EXPERIENCIAS DE RELACIONES
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PERCIBIR</b>	<b>SENTIR</b>	<b>PENSAR</b>	<b>ACTUAR</b>	<b>RELACIONARSE</b>
Colores Figuras Formas Sonidos Olores Táctiles	Estado de ánimo Emociones	Pensamiento analítico y convergente Pensamiento divergente	Conductas Estilos de vida Acciones valoradas Percepciones personales Interacciones	Grupos de referencia Roles sociales Valores culturales Identidad Categoría Influencia social
<b>HACER NOTAR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>



EMPRESAS FITUR COLOMBIA

## Crecen un 17 % los turistas españoles en Colombia, un país que "está de moda"

REDACCIÓN

23/01/2019 20:32



Madrid, 23 ene (EFE).- Más de 100.000 viajeros españoles, un 17,6 % más que el año pasado, han visitado entre enero y septiembre Colombia, un país que "está de moda", no solo por el incremento de turistas, sino por las inversiones extranjeras que se realizan, según ha afirmado hoy la presidenta de

**AEGON**

Seguro de  
Salud Completo



Facebook post interface for Enrique Lucini, dated 25 de octubre de 2015. The post includes a profile picture, a location tag "en San Francisco.", and a single like. The interaction bar shows options for "Me gusta", "Comentar", and "Compartir". A comment input field is visible with the placeholder text "Escribe un comentario..." and icons for emojis, photos, GIFs, and stickers.

Enrique Lucini  
25 de octubre de 2015 · 🌐

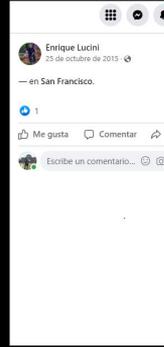
— en San Francisco.

👍 1

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

Escribe un comentario... 😊 📷 🎬 🗨️

# ¿A qué arquetipo turista-viajero de España elegirías para atraer a Colombia ?



Marcos 28 años

Enrique 58 años

Yolanda 43 años

# Vamos a crear un producto turístico y llevarnos a Marcos de viaje a Colombia

EXPERIENCIAS SENSORIALES	EXPERIENCIAS DE SENTIMIENTO	EXPERIENCIAS DE PENSAMIENTO	EXPERIENCIAS DE ACTUACIÓN	EXPERIENCIAS DE RELACIONES
1	2	3	4	5
PERCIBIR	SENTIR	PENSAR	ACTUAR	RELACIONARSE
Colores Figuras Formas Sonidos Olores Táctiles	Estado de ánimo Emociones	Pensamiento analítico y convergente Pensamiento divergente	Conductas Estilos de vida Acciones valoradas Percepciones personales Interacciones	Grupos de referencia Roles sociales Valores culturales Identidad Categoría Influencia social
HACER NOTAR	HACER SENTIR	HACER SENTIR	HACER SENTIR	HACER SENTIR



Marcos 28 años

Conclusión: sombrero blanco

Pregunta estratégicamente



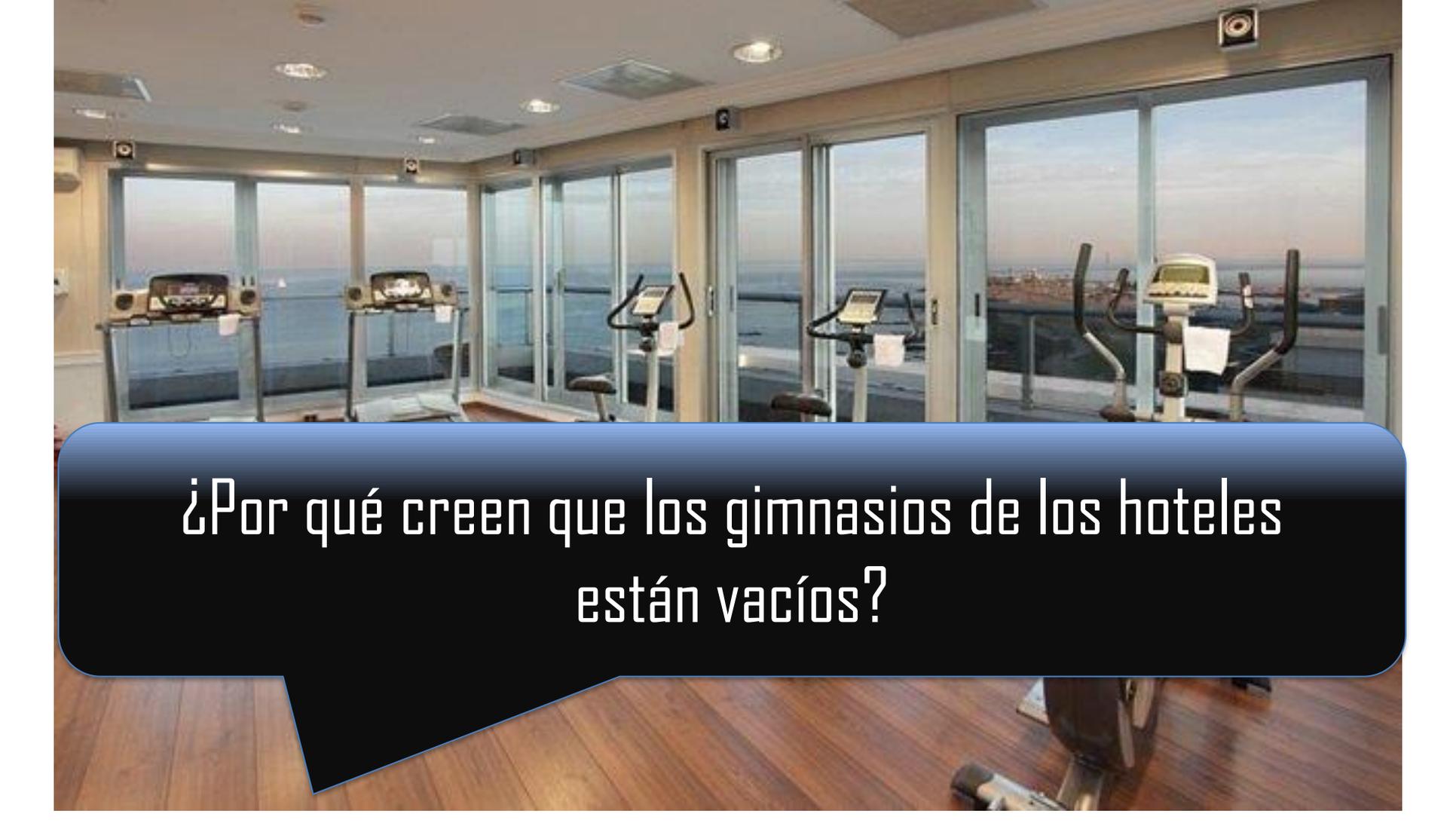
# 2ª IDEA

El arte del bienestar

Los viajes se impondrán en 2022 como una forma de autocuidado: irse de vacaciones se **convertirá en la forma de cuidarse en 2022**

De los viajeros encuestados **82%** afirman que viajar contribuye a su bienestar mental y emocional, **más** que otras formas de descanso y relajación.



A modern hotel gym with large windows overlooking the ocean. The gym is equipped with treadmills and exercise bikes. The floor is made of wood, and the ceiling has recessed lighting. The windows provide a view of the sea and a city skyline in the distance.

¿Por qué creen que los gimnasios de los hoteles están vacíos?



SELECCIONE EL HOTEL ▼



ENTRADA  
26 Sep 2021  
▼



SALIDA  
27 Sep 2021  
▼

ADULTOS NIÑOS  
▼ ▼

¿CÓDIGO PROMOCIONAL?  
 Soy residente

¡CONSULTAR  
DISPONIBILIDAD!

# VIRTUAL CYCLING STATION

# Bienestar emocional...



[www.hotelbarcelonaprincess.com](http://www.hotelbarcelonaprincess.com)

# Bienestar emocional...



# Bienestar emocional...

## Ploogging, una tendencia deportiva para la sostenibilidad ambiental

Con un trayecto de cuatro kilómetros la coordinación de la Red de Jóvenes por el Ambiente busca crear conciencia ambiental en los habitantes de la ciudad.





Conclusión: sombrero blanco

El bienestar ante todo...a través de las  
personas



# 3ª IDEA

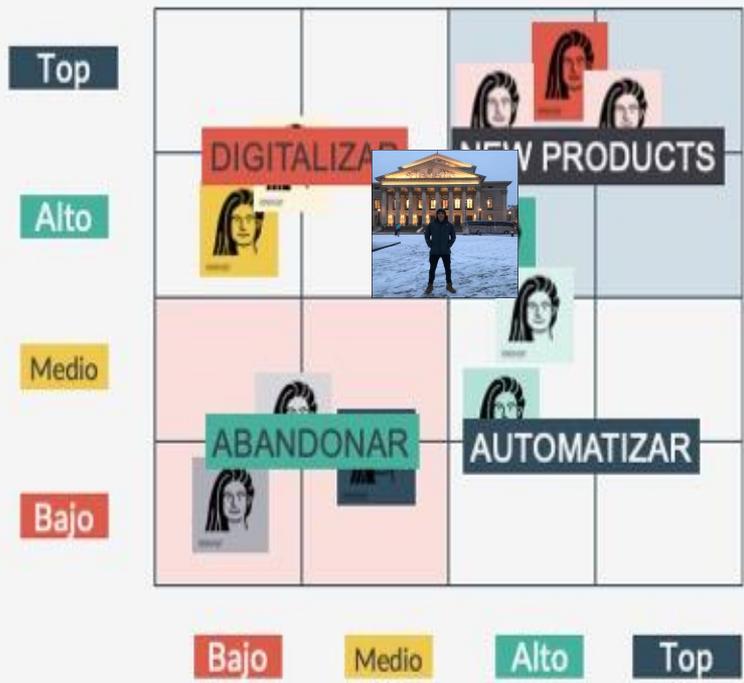
El arte de desplazarse

# Perfil viajero: Alto nivel de digitalización



# ¿Segmentas clientes por digitalización?

VALOR de  
CLIENTES



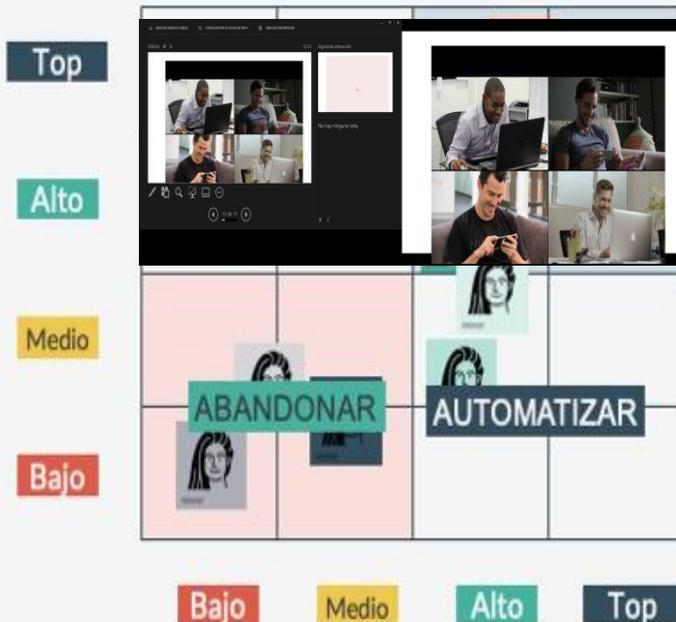
**¿Algunos de ustedes ha  
Regalado flores hace poco?**

¿Algunos de ustedes ha Regalado flores hace poco?



# ¿Segmentas clientes por digitalización?

**VALOR de  
CLIENTES**



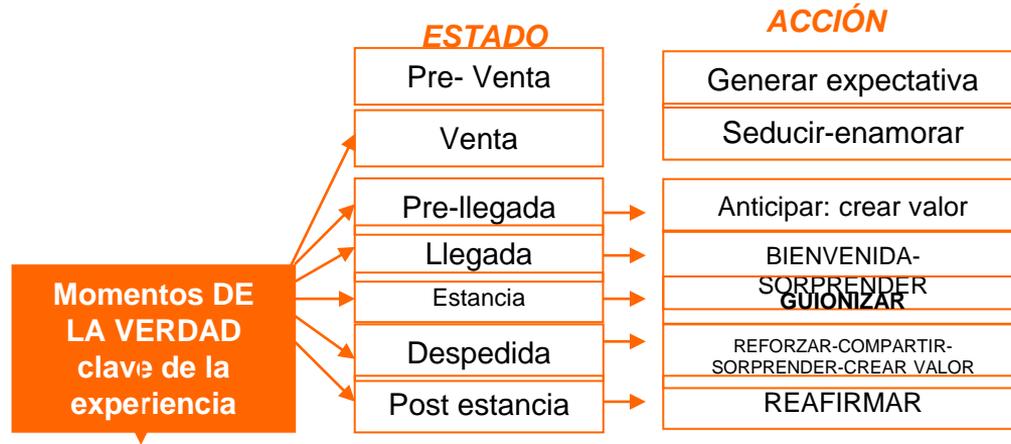
**NIVEL DIGITALIZACIÓN**

El próximo año se generalizará un auténtico deleite hasta por los aspectos más rutinarios de nuestros viajes.

74% de las personas, que afirman que viajar es más placentero cuando el **desplazamiento** se vive como parte integral del viaje.

EL CAMINO TAMBIÉN FORMA PARTE DEL VIAJE

Llegar al sitio ya no es le único objetivo, también disfrutar del trayecto: que encuentra que el camino hacia el destino se disfruta aún más si se vive como parte del viaje.



**Diferenciar entre contacto, interacción y momento Y  
MICROMOMENTO  
de la verdad**

Mapa del Proceso de contacto con el turista: Momento donde tenemos que cumplir con la promesa y su expectativa del cliente y superarla

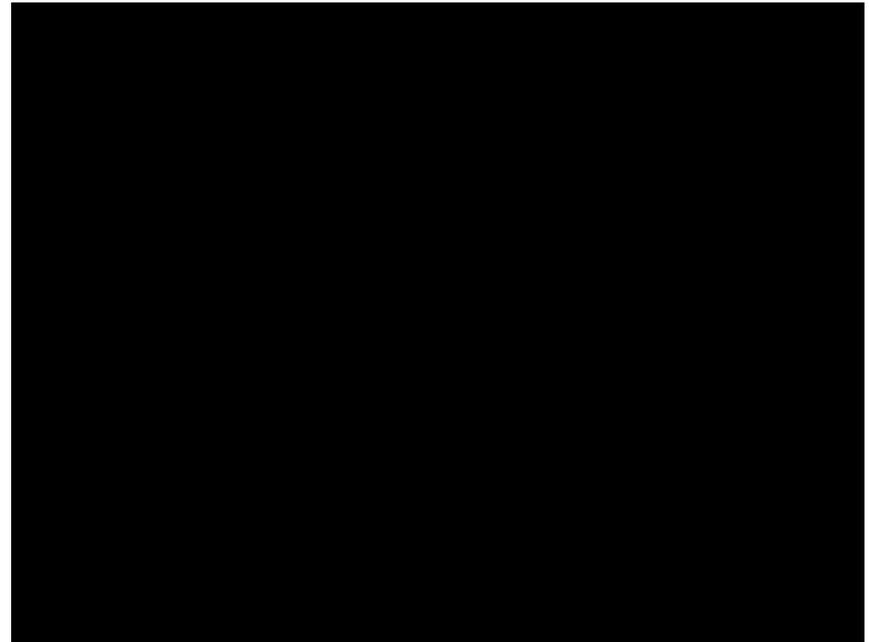
**¿Es la tecnología una aliada para la gestión memorable del viaje ofreciendo una auténtico deleite hasta por los aspectos más rutinarios de nuestros viajes.**



# Dos ejemplos de cómo gestionar la experiencia del Viajero en el desplazamiento

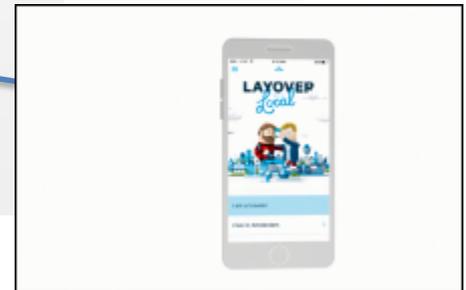
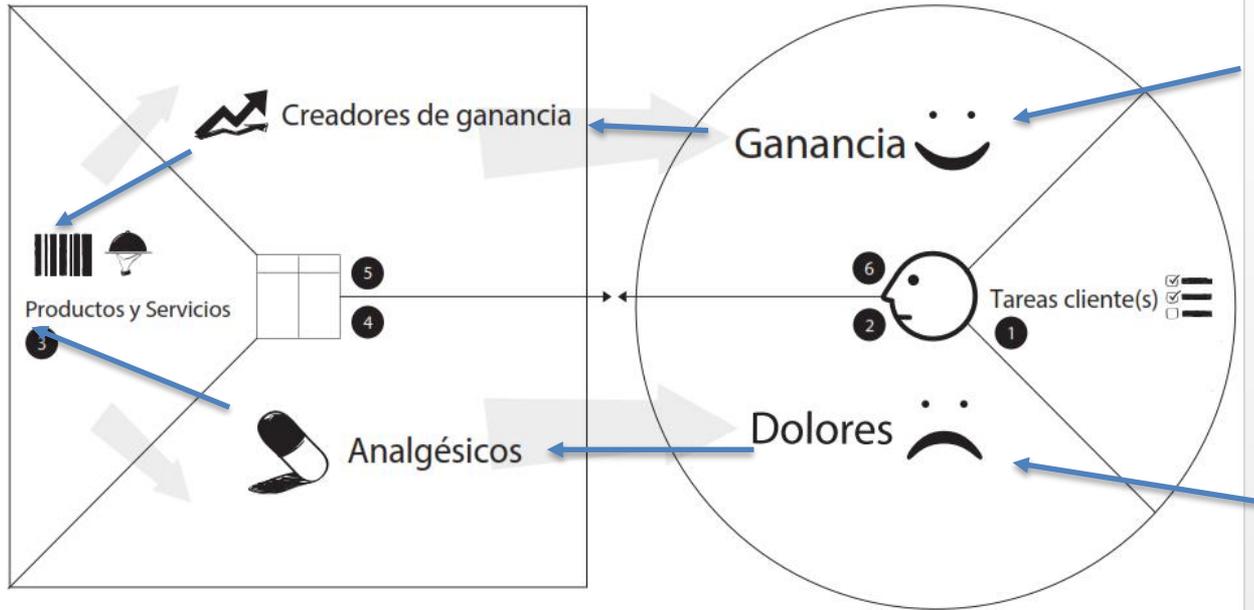


**MEET  
&  
SEAT**



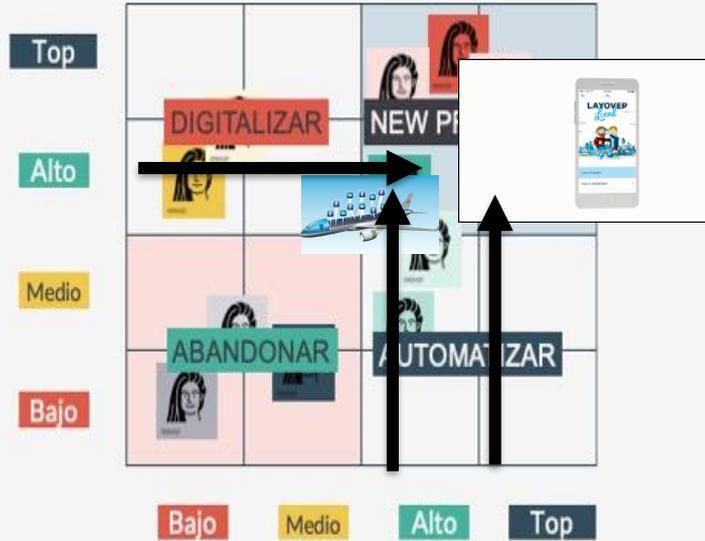
# Experiencialidad memorable en el desplazamiento

Plantilla de propuesta de valor



# ¿Segmentas clientes por digitalización?

VALOR de  
CLIENTES



NIVEL DIGITALIZACIÓN

Experiencialidad desplazamiento hay  
Que gestionarla teniendo en cuenta...



# Conclusión: sombrero blanco

El camino forma parte del viaje...aprovecha  
para gestionar una experiencia a través de  
la tecnología



# 4ª IDEA

El arte de relacionarse

5.- Llenar las redes sociales de sitios y caras nuevas: . Un **60%** quieren conocer gente nueva mientras están fuera, mientras que el

**64%** espera socializar durante sus vacaciones y el **48%** quiere viajar a un lugar con muchas opciones de ocio nocturno para

poder conocer a gente nueva. **De hecho un 53% espera encontrar el amor en su próximo viaje.**

# Ni Tinder, ni Meetic ¿y si el lugar para encontrar pareja fuera un Free Tour?

Con motivo del Singles' Day, la empresa GuruWalk ofrece Free tours para solteros, para que puedan hacer "match" cumpliendo con todas las medidas del estado de alarma.

11 NOVIEMBRE, 2020 (15:20:35)

---

Aunque el tiempo parece ahora pasar de otra forma, la vida sigue su curso entre estados de alarma y confinamientos. **Se acerca el Día del soltero**, poco que celebrar en las circunstancias actuales con los brotes, los contagios y las restricciones tanto horarias como geográficas.

Los solteros lamentan la época que les ha tocado vivir. "Malos tiempos para los singles, con los confinamientos, el aislamiento social, la suspensión y paralización de los eventos, los conciertos y la vida nocturna desaparecida por completo, es complicado conocer gente" - nos comenta Carmen. "Sé que puede parecer frívolo hablar de esto ahora" - sigue relatando - "la salud es lo más importante y mantengo contacto solo con mi burbuja, por eso creo que encontrar pareja va a resultar muy complicado en estos

Un **53%** espera encontrar el amor en su próximo viaje.

Un **60%** quieren conocer gente nueva y quieren socializar

Un **53%** espera encontrar el amor en su próximo viaje.

Un **60%** quieren conocer gente nueva y quieren socializar

www.elmiradordecastellar.com/crucero-ciclistas-alemanes-llegara-cadiz-algeciras-dos-rutas-la-provincia/

Inicio > Deportes > Un crucero de ciclistas alemanes llegará a Cádiz y Algeciras para hacer dos rutas por la provincia

## Un crucero de ciclistas alemanes llegará a Cádiz y Algeciras para hacer dos rutas por la provincia

01/05/2017 Redacción Deportes. El Mirador HOY. Portada 0

+ 8.000 VISITAS MENSUALES

EL MIRADOR  
CASTELLÓN DE LA FRONTERA



Un **53%** espera encontrar el amor en su próximo viaje.

Un **60%** quieren conocer gente nueva y quieren socializar





Las Islas Feroe tienen una población amable y acogedora, unos paisajes increíbles y hasta [su propia marca de cerveza](#). Pero hay algo que no tienen: su idioma, el feroés, no está incluido en Google Translate. Y eso, dificulta la labor de los turistas, con los que únicamente pueden comunicarse en inglés.

Para intentar acabar con esto, la oficina de turismo Visit Faroes ha lanzado el "Faroe Islands Translate", su propio servicio de traducción. Y lo hacen de una forma muy peculiar, ya que son los propios habitantes del archipiélago los encargados de traducir la frase que el usuario quiera al feroés desde 14 idiomas como el inglés, español, ruso, japonés o portugués.

Una acción que busca, por un lado, promocionar las Islas Feroe como destino turístico y, por otro, poner en valor su lengua (hablada por menos de 80.000 personas en todo el mundo) y su cultura. Para probar el traductor, basta con entrar a [faroeislandstranslate.com](http://faroeislandstranslate.com) y buscar la frase que quieras en el formulario. Hay algunas que están ya traducidas, pero si la tuya no lo está, un feroés se encargará de hacerlo muy pronto.

← → ↻ 🔒 https://www.faroeislandstranlate.com/#/

Faroe Islands Translate

Recorte rectangular

English Español Français ▾

Qué es lo que no me puedo perder en Faroe Islands

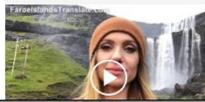
→  
TRADUCIR

Pulse el botón para traducir a Faroese.

49 / 100

Replay traducción

← → ↻ 🔒 https://www.faroeislandstranlate.com/#/

<p>Las Islas Feroe son tan hermosas</p> 	<p>No puedo imaginar un mundo sin ti</p> 	<p>¿Puedo besarte?</p> 	<p>Encantada de conocerte</p> 
<p>Que tengas un buen fin de semana</p> 	<p>Bienvenido a mi país</p> 	<p>¿Crees que soy caliente?</p> 	<p>¿Dónde vives?</p> 
<p>Gracias</p> 	<p>Tus ojos son hermosos</p> 	<p>Solo hazlo</p> 	<p>Me encantan las Islas Feroe</p> 

Conclusión: sombrero blanco

Busca cómo facilitar espacios de  
socialización vivencial

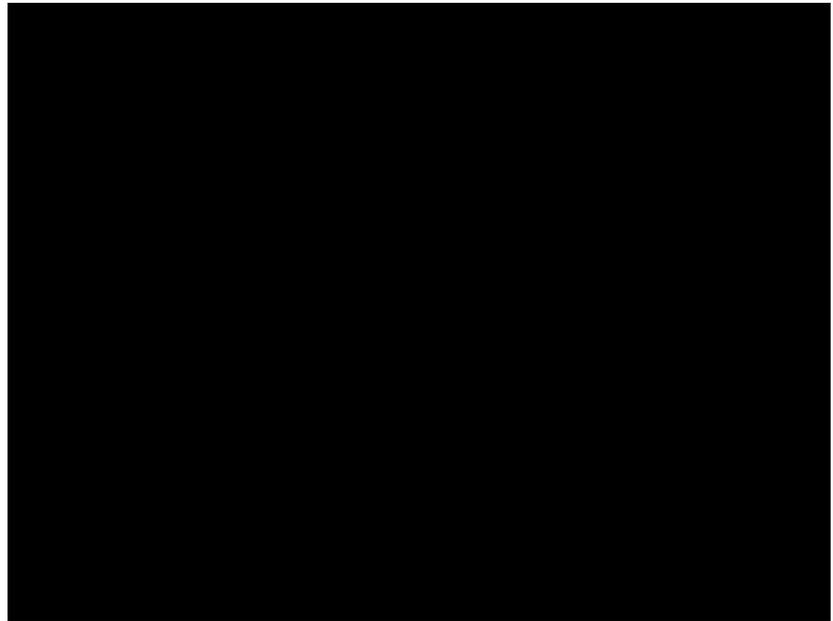


# 5ª IDEA

El arte de lo auténtico

**76%** quiere tener experiencias auténticas que sean representativas de la cultura del lugar.

¿Cómo conectar "emocionalmente"  
a través de experiencias e implicando a las personas y la  
cultura local?



EXPERIENCIAS DE LUJO

# Las Islas Feroe ofrecen 'turismo remoto': los usuarios pueden controlar un guía turístico en tiempo real



# Vamos a crear un producto turístico y llevarnos a Marcos de viaje a Colombia

EXPERIENCIAS SENSORIALES	EXPERIENCIAS DE SENTIMIENTO	EXPERIENCIAS DE PENSAMIENTO	EXPERIENCIAS DE ACTUACIÓN	EXPERIENCIAS DE RELACIONES
1	2	3	4	5
PERCIBIR	SENTIR	PENSAR	ACTUAR	RELACIONARSE
Colores Figuras Formas Sonidos Olores Táctiles	Estado de ánimo Emociones	Pensamiento analítico y convergente Pensamiento divergente	Conductas Estilos de vida Acciones valoradas Percepciones personales Interacciones	Grupos de referencia Roles sociales Valores culturales Identidad Categoría Influencia social
HACER NOTAR	HACER SENTIR	HACER SENTIR	HACER SENTIR	HACER SENTIR



Marcos 28 años



**marcospcantero** • Siguiendo  
Ciudad Perdida, Magdalena, Colombia



**marcospcantero** #lostcitytrek #santamartacolombia

118 sem



**tatiels** 🤔🤔🤔



118 sem 1 Me gusta Responder



**esthercoachnutricional** Oh!!! Nos faltan las playitas exóticas!!!!



118 sem Responder



Les gusta a **esthercoachnutricional** y 50 personas más

25 DE JULIO DE 2019



Añade un comentario...

Publicar

# Viaje virtual: Del Paisaje cultural cafetero Patrimonio de la Humanidad de Colombia a los viñedos de La Mancha



← → ↻ 🏠 🔒 [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/023707\\_el-transcafeyvino-la-primer-experiencia-turistica-virtual-transcontinental.htm](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/023707_el-transcafeyvino-la-primer-experiencia-turistica-virtual-transcontinental.htm)

Aplicaciones 🗂️ Imágenes 📄 Google 📺 [www.immersivepla...](#) 📄 Customer Experienc... 📄 Soundwalkrs 📄 Programación\_02.1... 📄 Marca de Calidad

**HOSTELTUR** 🏠 HOTELES Y ALOJAMIENTOS 🌐 DISTRIBUCIÓN 📊 ECONOMÍA 🚗 TRANSPORTES 💡 INNOVACIÓN

**POR JOSE CANTERO GÓMEZ , EN INNOVACIÓN**

El transcafeyvino es un viaje virtual protagonizado por anfitriones de Colombia y de España donde mostrarán a los viajeros virtuales participantes las conexiones entre cultura del café y del vino.

## El transcafeyvino: la primera experiencia turística virtual transcontinental

A través de una experiencia virtual, travelOFF propone hacer un viaje virtual transcontinental entre el Eje Cafetero de Colombia y La Mancha en España.

● 18 SEPTIEMBRE, 2020 (13:27:57)

**travelOFF lanza EL Transcafeyvino, la primera experiencia turística virtual transcontinental en el mundo** 13:27:57

Simplemente una experiencia distinta para...

The image shows a screenshot of the Bodegas Monje website. At the top, there is a navigation bar with the Bodegas Monje logo, a search bar, and links for 'Login' and 'Reservar Mesa'. Below the navigation bar, there is a main content area with a large text block describing the Wine&Sex experience. The text reads: "Wine&Sex es una experiencia distinta. Es una cena/cata que invita a disfrutar del vino a través de la música y gastronómica en un evento donde se propone al participante un consumo innovador, una fórmula original y divertida de disfrutarlo con música, arte escénico, erotismo...". Below this text, there are three buttons: 'VÍDEO', 'WINEANDSEX.NET', and 'RESERVAS'. At the bottom of the page, there are four seasonal logos for Wine&Sex: Primavera (Spring), Verano (Summer), Otoño (Autumn), and Invierno (Winter). Each logo features a different icon: a flower for Primavera, a watermelon slice for Verano, a maple leaf for Otoño, and a snowflake for Invierno. A chat bubble is visible in the bottom right corner with the text 'Déjanos un mensaje' and 'Deja un mensaje'.

Simplemente una experiencia distinta para...

UN PROYECTO DE:

**Caraball**  
GRUPO CREATIVO

**TD**  
THIRASLT DURAND

CON EL APOYO:



VIA

ORUN  
PAIS

EN ALIANZA CON:



[INICIO](#) | [TRANSMEDIA](#) | [MÚSICA](#) | [EQUIPO](#) | [MAKING OF](#) | [KIT DE PRENSA](#) | [INGRESAR](#) | [ESPAÑOL](#) ▾



# PREGONEROS

## \* De Medellín I



LA WEB DOCUMENTAL INTERACTIVA DE LOS QUE VENDEN  
CANTANDO EN MEDELLÍN - COLOMBIA.

Un recorrido virtual por el universo laboral y personal de  
aquellos que entendieron que al amor y a los clientes se les  
seduce por el oído.

**ENTRAR**

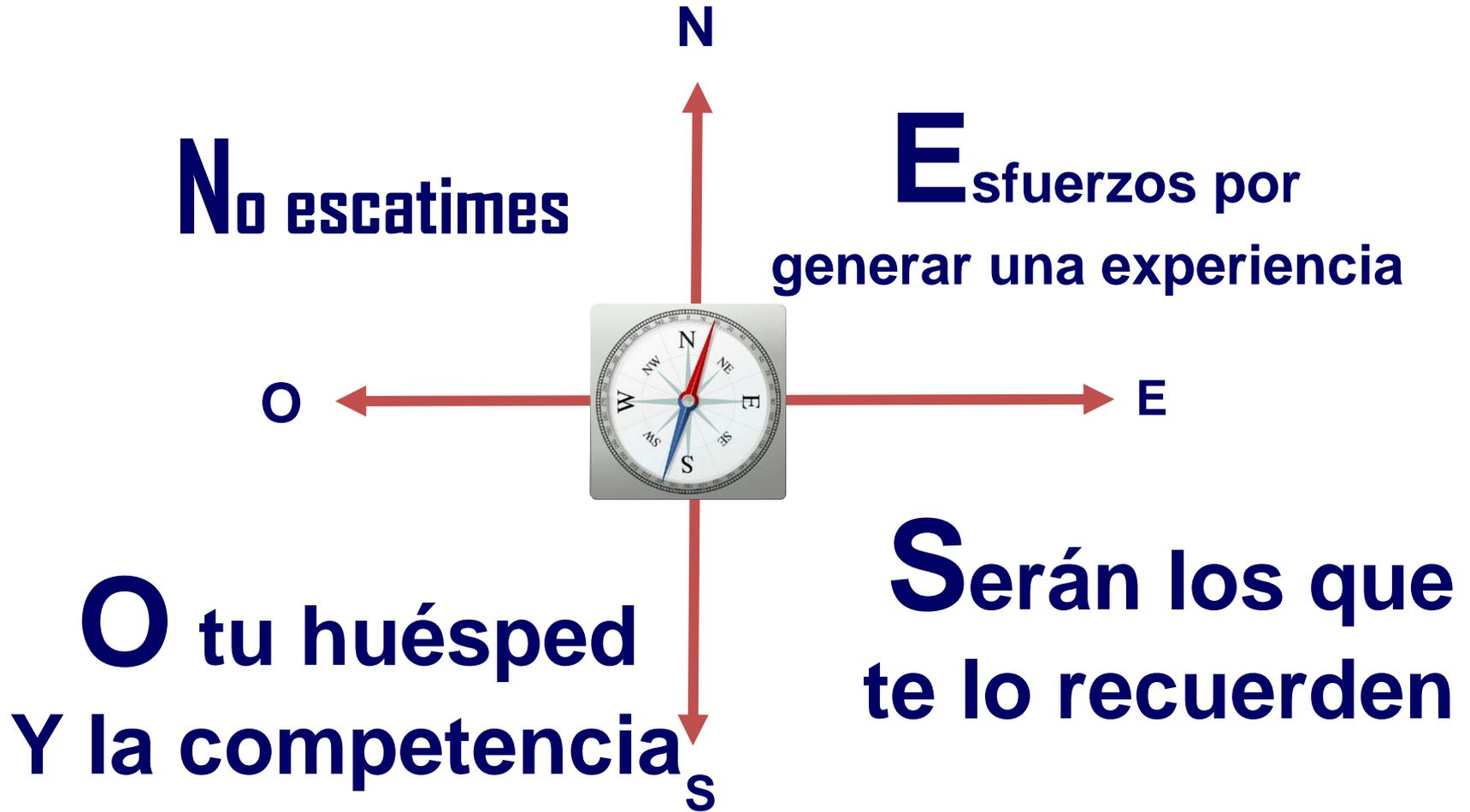
*Retoman recorrido guardado*





1	2	3	4	5
<b>PERCIBIR</b>	<b>SENTIR</b>	<b>PENSAR</b>	<b>ACTUAR</b>	<b>RELACIONARSE</b>
Colores Figuras Formas Sonidos Olores Táctiles	Estado de ánimo Emociones	Pensamiento analítico y convergente Pensamiento divergente	Conductas Estilos de vida Acciones valoradas Percepciones personales Interacciones	Grupos de referencia Roles sociales Valores culturales Identidad Categoría Influencia social
<b>HACER NOTAR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>	<b>HACER SENTIR</b>

Conclusión: LA CUADRATURA DEL CÍRCULO VIRTUOSO DEL TURISMO EXPERIENCIAL



**MUCHAS GRACIAS**



**José Cantero**  
**Socio Director**  
**Hosperience**

**Blog marketing experiencial: [josecantero.com/blog](http://josecantero.com/blog)**

**[www.viajarsinmoverse.com](http://www.viajarsinmoverse.com)**

**@josecantero**

**@joseturismoexperiencial**