

KURT GRÖTSCH

INGENIERÍA DE LA EXPERIENCIA

GESTIONA LAS EXPERIENCIAS
PARA TRIUNFAR EN LA ECONOMÍA
DE LAS EMOCIONES



ALMUZARA

Ingeniería de la experiencia

Es imposible «no sentir». Este axioma es el punto de partida de cualquier comunicación humana y el fundamento de lo que se va denominando últimamente como «economía de experiencias», aunque haya existido desde la antigüedad.

Hoy en día los clientes son conscientes de ello y reclaman como parte del contrato psicológico con profesionales y empresas de servicios – especialmente de tiempo libre...– la vivencia de experiencias esperadas y no verbalizadas. El resultado de una vivencia experiencial es siempre una emoción, pues «experiencia» y «emoción» forman una sim-biosis indisoluble.

Por ello es necesario realizar un salto cualitativo en el desarrollo de servicios y productos emocionantes para liderar los mercados del futuro. Los profesionales saben cómo funcionan estos productos, el know-how, pero entender los motivos por los que se mueven, el know-why da una mejor opción de desarrollar experiencias diferenciadas y, con ello, una mayor competitividad empresarial. Los clientes desarrollan al mismo tiempo una mayor exigencia vivencial y provocan con ello un cambio de paradigmas en la gestión de empresas que quieren posicionarse en los mercados emergentes de experiencias y emociones.

Ya existen empresas y profesionales que han iniciado este camino que, no solamente modificaría los conceptos de servicios en general sino también impulsará una nueva ética que acompañará la necesaria innovación empresarial. Sin embargo, la resistencia de antiguos modelos que se niegan a desaparecer pueden entorpecer estos procesos. El autor propone un nuevo concepto que renombre la unidad vivencial indisoluble entre la emoción y la experiencia: «emperiencia» o «emperience»... del que nadie saldrá indemne.

» Kurt Grötsch



KURT GRÖTSCH es licenciado en Filología y Psicología, doctor por la Universidad Nürnberg, MBA por ESDEN, Madrid, y portador de la Federal Cruz de Mérito de Alemania. Inició su investigación sobre las experiencias y las emociones en cultura y turismo en los años 90, presentando su enfoque de Emotionware en el Congreso TILE (Trends in Leisure and Entertainment, Estrasburgo, 1998. Es docente y ponente tanto en la Universidad de Erlangen-Nürnberg, como en numerosas Universidades y centros de investigación en Europa, Asia y LATAM. En 1982 fundó el Instituto de Franconia para la Comunicación. En 1987 dirige el Centro Cultural Tandem (Madrid), en 1993 es director general de Marketing de El Parque de los Descubrimientos (Sevilla) y Chief Project Manager del parque temático de la Exposición Universal de Hannover en 2000. En 1998 fundó la empresa Trillennium y la Escuela de Emprendizaje. Desde 2006 es director del Museo del Baile Flamenco Cristina Hoyos (Sevilla). Es socio de diferentes asociaciones turísticas y culturales, miembro de la Comisión de Industrias Culturales de la CEA, Fundador y CEO de la Empresa Chinese Friendly International en 2011, posteriormente Silk Road Experience Group. Es cofundador y vicepresidente de Cátedra China, vicepresidente del Consejo Nacional del Flamenco y embajador de la Minzu University of China. En 2022 lanzó el proyecto EXONOMY.

ENSAYO • Ensayo • Editorial Almuzara



9788411311793

Thema: UXJ; GTK
978-84-11311-79-3
512 páginas, ilustrado
Rústica con solapas
15 x 24 cm · 682 g
PVP: 23.95 €