

Disciplina

Diseño de experiencias

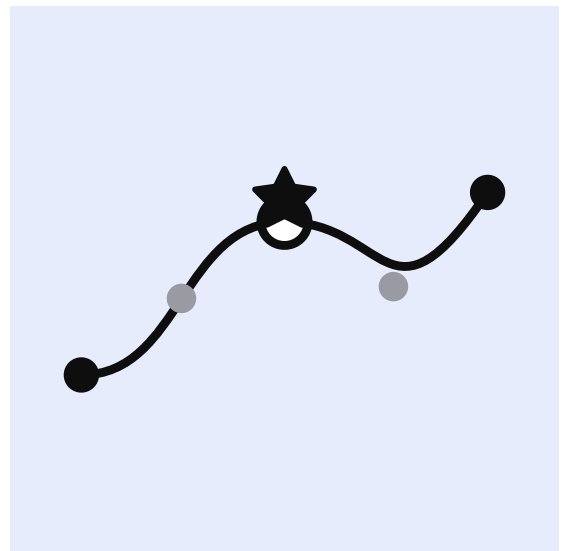
Diseña la experiencia que vive una persona con un producto, un servicio o un lugar: lo que hace, lo que siente y lo que recuerda después.

En inglés

Experience design

Origen

Pine y Gilmore (1998); Hassenzahl (2010)



De qué se ocupa

Un producto puede funcionar bien y aun así dejar indiferente. Lo que se recuerda y se cuenta es la experiencia, no las funciones.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Pregunta por qué alguien usaría tu producto antes de decidir qué hará.

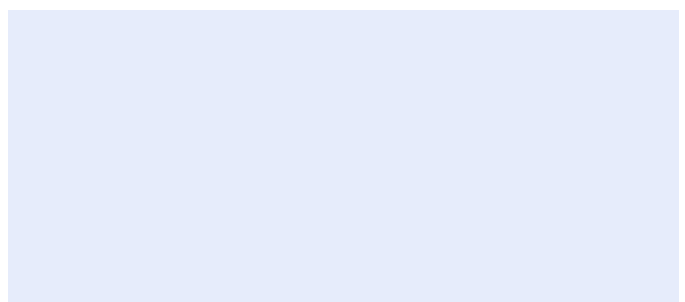
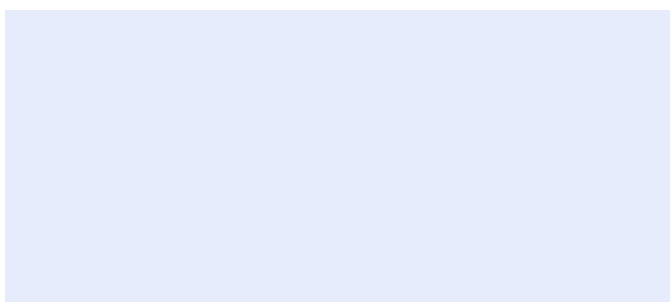
✗ Evita

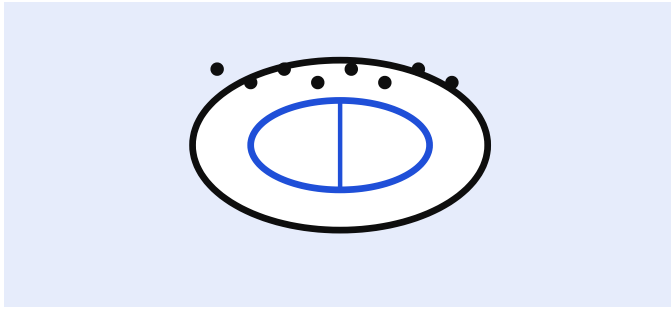
Confundir experiencia con estética o con añadir sorpresas.

👁 Para no caer

Lo que la persona recuerda puede ser distinto de lo que vivió: diseña también el final.

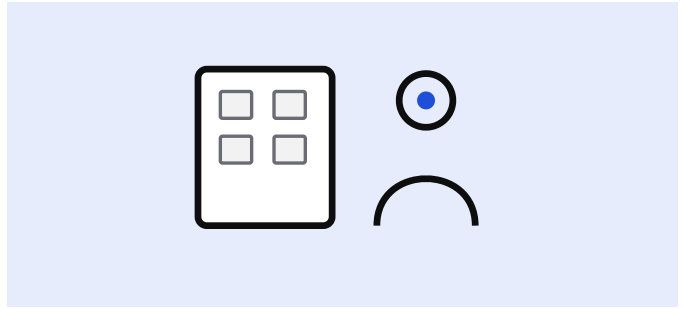
Ideas propias





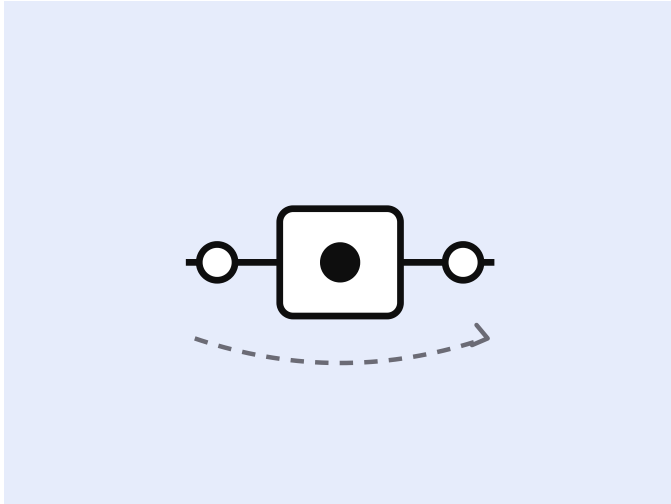
Especialidad

—



Especialidad

—



Especialidad

Diseño de experiencia de cliente

Diseña cómo vive una persona su relación con una empresa, antes, durante y después de comprar.

Métodos y herramientas



Método

Journey map

Mapa del recorrido de una persona por un servicio, con lo que hace,

En qué se apoya

Marketing de servicios

Economía del comportamiento

Regla del pico y el final

Principios

Primero el porqué

Qué necesidad o emoción hay detrás de lo que la persona hace.

Después el qué

Qué puede hacer con el producto.

Al final el cómo

Botones, pantallas y gestos con que lo hace.

Autores y obras

B. Joseph Pine II y James H. Gilmore (1998)

Defendieron que las experiencias son una oferta económica propia, distinta de productos y servicios.

Marc Hassenzahl (2010)

Describió la experiencia como una historia que se recuerda y propuso diseñar empezando por las necesidades de la persona.

Conexiones

Relacionado con

Diseño de juegos Disciplina	Diseño de servicios Disciplina	Diseño multisensorial Disciplina	Diseño UX Disciplina	Food design Disciplina aplicada
--------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	-------------------------	------------------------------------

Fuentes

Fuentes originales

- Pine, B. J. y Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. Harvard Business Review, 76(4), 97–105. Ver fuente (<https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>)
- Hassenzahl, M. (2010). Experience design: Technology for all the right reasons. Morgan & Claypool.

Última revisión: 22 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.